

všudybyl

desáté
vydání
2010

Templářské
SKLEPY ČEKOVICE
1248



Další podrobnosti na stranách 12 a 13.

Střední školy SČMSD – JSME TU PRO VÁS



JE NÁS JEDENÁCT A VY SI MŮŽETE VYBÍRAT

Studijní obory s maturitou (denní i dálkové studium)

Analýza potravin
Cestovní ruch
Hotelnictví a turismus
Gastronomie
Kosmetické služby
Vlasová kosmetika
Ekonomika
Obchod a služby
Podnikání
Informační technologie
Sociální činnost

Učební obory

Cukrář
Kuchař, číšník
Kadeřník
Kosmetické služby
Aranžér
Prodavač
Automechanik
Truhlář

Další vzdělávání

Nástavbové studium
Rekvalifikační kurzy
VOŠ



Název školy a kontakt

**Střední škola hotelnictví
a gastronomie SČMSD, s.r.o.**
Praha 9 - Klánovice
www.hotelova-skola.cz

**Střední škola ekonomiky,
obchodu a služeb SČMSD, s.r.o.**
Benešov
www.skola.eosbn.cz

Střední škola SČMSD Humpolec, s.r.o.
Humpolec
www.stredniskola.com

**Vyšší odborná škola
a Střední škola hotelová SČMSD, s.r.o.**
Pelhřimov
www.hs-pe.cz

**Střední odborné učiliště
a Střední odborná škola SČMSD, s.r.o.**
Žatec
www.sousos-zatec.cz

**Střední škola hotelnictví
a podnikání SČMSD, s.r.o.**
Hronov
www.hshronov.cz

**Střední škola obchodní
a služeb SČMSD, s.r.o.**
Polička
www.souobchpolicka.cz

**Střední odborné učiliště
a Střední odborná škola SČMSD, s.r.o.**
Lomnice u Tišnova
www.zameklomnice.cz

**Střední odborné učiliště
a Střední odborná škola SČMSD, s.r.o.**
Znojmo
www.sousoszn.cz

**Střední škola obchodní a služeb
SČMSD, s.r.o.**
Žďár nad Sázavou
www.obchodskolazr.cz

**Střední škola hotelnictví,
gastronomie a služeb SČMSD, s.r.o.**
Šilheřovice
www.hssilherovice.cz

Přijďte se podívat. Nejbližší termíny Dnů
otevřených dveří najdete na webových
stránkách jednotlivých škol.

COOP VŠECHNO DOBRÉ

coop

SKUPINA COOP

MATTHES®

TECHNOLOGIE PRO GASTRONOMII

naše vybrané reference



Clarion Congress Hotel Prague****



Kempinski Hotel Prague *****



PPF GATE Praha



Royal Golf Club restaurant Mariánské Lázně

**Silné spojení pro náročné zákazníky,
které překoná vaše požadavky**

již od roku **193**
tradice

MATTHES gastro poskytuje komplexní řešení s dlouholetou zkušeností a profesionalitou

Naší snahou je klientům doporučovat a dodávat stroje, u kterých je zajištěna správná vyváženost mezi výkonem, užitnou hodnotou a cenou. Všechny naše systémy navrhujeme se zvláštním ohledem na úspory nákladů. Komplexní řešení, která přinášíme, mohou reálně optimalizovat pracovní postupy v kuchyni díky vysoce efektivnímu a funkčnímu systému, který umožní časové i finanční úspory. Ty uživatelé zajišťují aktuální nejvyšší možnou produktivitu, úsporu energií, místa a ostatních nákladů. Vztah mezi zákazníkem, výrobcem a dodavatelem u nás nekončí koupí. Naši pracovníci jsou schopni adekvátně reagovat na požadavky i u nejnáročnějších zákazníků, což jim výrazně usnadňuje vynikající parametry značkových produktů koncernu Electrolux. Budování partnerství – dlouhodobých vztahů se zákazníkem – je krédem celého týmu naší firmy. Jsme připraveni odpovědět na každou výzvu tím, že nabídneme individuálně navržené a pružné řešení. Práce pro VIP zákazníky znamená vyrovnávat se i s velmi unikátními požadavky.

Péče a individuální řešení pro náročné zákazníky, které splní vaše požadavky

Víme, že každý zákazník vyžaduje specifickou péči a individuální řešení, která mu mohou poskytnout pouze specialisté. Proto své úsilí zaměřujeme na řešení šitá na míru a splňující požadavky i těch nejnáročnějších. Od hotelových řetězců přes závodní stravování, domovy a ústavy sociální péče, kuchyně ve školních jídelnách až po menší gastroprovozy. Razíme vnitřní firemní kulturu, jejímž cílem je spokojený zákazník. Organizujeme své předprodejní a poprodejní služby tak, aby vyhovovaly co nejširšímu spektru požadavků. Všichni naši zaměstnanci jsou motivováni k dosahování nejvyšší jakosti práce a po odborné stránce jsou velmi dobře připraveni.

Přinášíme nejmodernější technologie zaručující vysokou produktivitu a optimalizaci zdrojů

Značka Electrolux – za použití nejmodernějších technologií poskytuje všem uživatelům v oboru stravování řešení zaručující vysokou produktivitu, optimalizaci zdrojů a nejvyšší hygienu. ThermaLine – perfektní kvalita pro náročné – je určena pro ty provozy, které připravují každodenní vysoké počty pokrmů. Jeho značka Zanussi Professional pak nabízí nejširší a nejrůznodější výběr zařízení pro restaurace, od skladování přes přípravu surovin po vaření a mytí nádobí. Síla značky Molteni vyplývá z tradice a kvality. Představuje unikátní klenot vytvořený tak, aby vyhovoval požadavkům každého velkého šéfkuchaře. Sporáky Molteni bývají předmětem jejich touhy z říše snů a po celém světě jsou legendou, rovněž tak koncernová značka Dito-Electrolux se širokou škálou vysoce kvalitních přístrojů pro dynamickou přípravu a řada Libero s kompaktním řešením pro hotely, restaurace, kavárny a jídelny.

Electrolux – vedoucí firma na světovém trhu gastronomických technologií

Divize Electrolux Food Service Equipment je světovou jedničkou ve výrobě a distribuci gastronomických řešení. Každým rokem zákazníkům ve více než stovce zemí světa dodává víc než pětapadesát milionů výrobků. Na zařízeních Electrolux se denně připravuje více než sto milionů pokrmů ve tři sta padesáti tisících gastronomických provozech. Stovky tisíc kusů kuchyňského vybavení se vyrábí v největších továrnách světa. Řešení, která Electrolux nabízí, jsou výjimečná, i co se týká nízké spotřeby energií a ostatních provozních nákladů, vysoké spolehlivosti, schopnosti přizpůsobit se osobitým požadavkům zákazníka, HACCP doporučením, vysokou mírou využití inteligentní elektroniky, absolutní hygienou a celkovou úrovní integrace systému. Electrolux prostě nabízí to nejlepší pro gastronomii!

MATTHES gastro, s.r.o., technologie pro gastronomii

ČLEN A Garantovaný dodavatel



ASOCIACE HOTELŮ
A RESTAURACÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Antala Staška 1075/41a, 140 00 PRAHA 4

Lužická 519, 353 01 MARIÁNSKÉ LÁZNĚ

telefon – obchod: +420 241 442 377-8

telefon – servis: +420 241 443 338

fax: +420 241 443 465

e-mail: gastro@matthes.cz

Thinking of you

Electrolux

www.matthes.cz

PODZIM

HARMONIE BAREV, VŮNĚ A CHUTÍ

Zlátoucí padající listí, temně načervenalé jeřabiny, syté barvy chryzantém a nepopsatelná barevnost slunečního západu. Tajemnost podvečerní mlhy a brzo přicházející tma. Ale také vítr, déšť a sychravo. To vše doplněno pronikavě intenzivní vůní spadaneho listí. To je podzim. Čas, kdy naše vjemy a smysly jsou připraveny po lehkosti léta vychutnat ostřejší vůně, kdy chuťové pohárky jsou plny očekávání na vášnivější chuťové tóny a zrakově intenzivně vnímáme teplé zlatavě hnědé barvy. To je podzim. Čas pro vrcholné pivní a gastronomické záležitosti. Období pro královskou korunovací piva Leffe Bruin, Staropramen Granát a Staropramen 11°. Čas harmonie barev, vůní a chutí. To vše je podzim.

A tak uvedená piva nanese na mistrovskou paletu pro vytvoření jedinečné pivně-gastronomické kompozice.

Použijeme nejdříve pivo Leffe, jedno z neznámějších svrchně kvašených belgických klášterních piv, jehož původ a tradice sahá až do poloviny 13. století.

Libor Vávra
Obchodní sládek



Leffe Bruin je tělnatě kořeněné tmavé pivo, s lehkou ovocnou a výraznou karamelovou příchutí praženého sladu. Svoji barvou a dlouhým zážitkem dozívání chuti a vůně předčí vína burgundská. Je vhodným doplňkem nejen k aromatickým sýrům, králičí paštice, ale zejména k zvěřinovým steakům.



Mistrovská ingredience při grilování je pivo Staropramen 11°. Obsahem alkoholu 4,7% zjemňuje pečené maso a karamelový slad spoluvytváří zlatavou, štavnatou a křupavou kůrčičku. Díky použití 3 druhů sladů má plnou chuť a unikátní zlatou barvu stejně jako podzimní slunce. Je výborným doplňkem k pečeným a grilovaným masům.



Polotmavé pivo Staropramen Granát má unikátní granátovou barvu, která je vhodným doplňkem na podzimní paletě. Díky kombinaci sladů lze objevit neznámé kombinace starších chuťových tónů, kde zejména uprostřed rozhraní sladové sladkosti a hořkosti vyniká hořkost chmelová. Pivo Staropramen Granát doporučujeme k tučným rybám a kořeněným biftekům.

Jeden každý tvor, i nerozumný, přirozeně k tomu se nese, aby libé a pohodlné¹ věci sobě liboval a jich žádostiv byl: ovšem² tedy člověk, v němž rozumná jemu přistvořená moc takovou tu k dobrému pohodlnému chtivost vzbuzuje. A nejen vzbuzuje, ale i na to vede, aby což více dobré, libé, pohodlné jest, to sobě více liboval a srdnatěji po tom dychtil.

Jan Amos Komenský,
Labyrint světa a ráj srdce, L.P. 1624

¹ prospěšné, ² tím spíše



Aby což více dobré, libé, pohodlné jest, to sobě více liboval a srdnatěji po tom dychtil



Přesto, že mudrosloví nabádá: „Jez, abys žil, a ne žij, abys jedl,“ málokdy se tím řídíme, díky čemuž my Češi figurujeme ve špičce evropských národů s nejoběznější dětskou populací. Není to však proto, že by česká kuchyně byla až tak vydatná. Ale nedostatkem pohybu a také kvůli tomu, že tradičním slezským, moravským a českým jídlům na českém gastronomickém trhu, v každém okamžiku ata-

kovaném vydatnými mediálními masážemi televizních sitcomů, akčních filmů a reklam se „správnáckým“ fastfoodovým občerstvením, drtivě konkurují jídla, jejichž nadužívání u dětí podněcuje glorifikace hamburgerů, energetických tyčinek, přeslazených limonád a stolní etikety papírových táčků a kelímků.

Jaromír Kainc, nakladatel

všudybyl

Registrace: MK ČR E 10797
Vychází v nákladu 10 000 ks.
Vydavatel: PhDr. Jaromír Kainc,
Chalabalova 1605/17, 155 00 Praha 13,
mobil: +420 603 177 536, fax: +420 235 522 906,
e-mail: jaromir.kainc@e-vsudybyl.cz

Grafická úprava a sazba: Layout s.r.o., Botanická 24, 602 00 Brno,
tel.: +420 603 871 550, e-mail: layout@atelierlayout.cz

Tisk: Graspo CZ, a.s.

Za obsah inzerátů, P.R. článků a autorská práva k nim zodpovídají jejich zadavatelé.

OBSAH

- | | | |
|----|--------------------------------------|--|
| 6 | ROZHOVOR S MINISTREM ZEMĚDĚLSTVÍ | |
| 7 | PROJEKT BÍLÉ PLUS | |
| 8 | SVAZ OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR | |
| 10 | KUCHAŘI SE VRACÍ K TRADICÍM | |
| 12 | SANCTUS VICTORIA | |
| 14 | CESTOVNÍ RUCH POTŘEBUJE POPULARIZACI | |
| 15 | NÁRODNÍ CENY KVALITY 2010 | |
| 16 | VLIV MAKROEKONOMICKÉHO PROSTŘEDÍ | |
| 18 | GASTROFESTIVAL STŘEDOČESKÉHO KRAJE | |
| 20 | PUPP HOSTIL PREZIDENTY VISEGRÁDU | |
| 22 | HOTELOVÉ VYBAVENÍ | |
| 23 | LANÝŽE V LUCULLU | |
| 24 | PROFESIONÁLNĚ KUCHYNE | |
| 25 | KÁVU DALLMAYR MOBILNÍ PLATBOU | |
| 26 | BANKETY GRAND JOUR DE CHAMPAGNE | |
| 27 | KAPR CASANOVA | |
| 28 | Z REGIONÁLNÍ KUCHYNĚ ROMANA VACHO | |
| 29 | ČESKÁ LYŽAŘSKÁ SEZONA 2010/2011 | |
| 30 | NOVOMĚSTSKÝ PIVOVAR | |
| 30 | POEZIE STAROČESKÝCH VÁNOC | |
| 31 | AUTOTURIST JDE S DOBOU | |
| 32 | NOVÝ KATALOG LÉTO 2011 | |
| 34 | POČÁTKY NAŠÍ STÁTNOSTI 12 | |
| 36 | ZEMĚDĚLSKÉ STAVBY NA KLÍČ | |
| 36 | LIONSKÝ KLUB LC PRAHA | |

Všudybyl fotí zrcadlovkou
OLYMPUS E-3



S ministrem zemědělství České republiky Ing. Ivanem Fuksou se potkáváme 21. října 2010 v jeho kanceláři krátce poté, co skončila tisková konference k celostátnímu projektu Regionální potravina, s podtitulem „Přišli jsme tradici na chuť“.

Pane ministře, když jsem přede dvěma roky dělal rozhovor s prezidentem Asociace Hotelů a restaurací ČR Ing. Pavlem Hlinkou, který svou profesní kariéru začínal v Příbrami, prozradil jsem, že i můj dědeček a bratr maminky, která je z Dubna, fáráli na Březových Horách. Čím to, že ač Příbramák, jste se nestal horníkem?

Můj otec byl havířem, ale já už ne, protože když jsem se dostal do věku, kdy bych jím mohl být, uranové i rudné doly v Příbrami uzavřeli. Mnohasetletou hornickou tradicí mého města tak připomíná už „jen“ největší hornické muzeum v České republice – Hornické muzeum Příbram, které patří mezi nejnavštěvovanější technické památky Česka.

Na Příbramsku stojí za návštěvu nejenom Hornické muzeum s unikátní mezinárodní významu, např. obřím podzemním vodním kolem z 19. století dolu Drkolnov. Turisticky vysoce atraktivní je i krajinná dominanta Příbramska, malebná Svatá Hora, Památník Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami nebo memento represí totalitního režimu Památník Vojna v Lešetících. Ostatně kvů-

Ing. Ivan Fuksa

Rezort ministerstva zemědělství se přednostně věnuje kultivaci a obhospodařování krajiny za účelem produkce potravin a hraje velmi významnou roli v uchování přírodních pokladů pro budoucí generace. Podílí se na správě vodních toků, na lesním hospodářství, tak aby zůstala zachována nejen rozmanitost krajiny, ale také aby byla naplněna její rekreační role.



li pobytu mého otce v nedalekém „pětáckém“ rovněž „pracovně výchovném“ zařízení (jak on říká, v koncentráku) poté, co jej po únoru 1948 pro politické názory vyhodili z vysoké školy, jsem na světě, protože to se nacházelo u Svaté Dobrotivé, v níž se potkali s mojí maminkou. Malebný kraj Dvořákovy Rusaliky a Káji Maříka určitě stojí za návštěvu. Také díky němu je Česká republika světovým rekordmanem v množství přírodních krás, technických památek,

Mojí prioritou je podpora českého potravinářství



kulturního bohatství a vůbec rozmanitosti turistických atraktivit. Má podle vás, pane ministře, průmysl cestovního ruchu v naší zemi postavení odpovídající jejímu potenciálu?

Rozhodně nemá. Většina lidí v České republice totiž nevnímá cestovní ruch jako příležitost k přilákání zahraničních spotřebitelů (a to platí i u domácího cestovního ruchu, kdy Češi jedou na dovolenou po republice) na naše území. Jako možnost, která v lokalitách navštěvovaných těmito cizími zákazníky zvyšuje koupěschopnost a odbyt zboží, a tím podporuje výrobu, podnikatelské a pracovní příležitosti. Převážná většina Čechů tuto specifickou platformu domácího a zahraničního obchodu zužuje jenom na aktivní cestování a utrácení peněz v zahraničí. Jen málokdo se zamyslí nad tím, proč Česká republika využívá tak maličký zlomek hospodářského potenciálu cestovního ruchu a své unikátní dispozice nechává většinou ležet ladem. Vždyť miliardy korun ročně, které by byl cestovní ruch s to napumpovat do české ekonomiky, nejen do státní kasy, ale i do řady výrobních odvětví včetně zemědělství a potravinářství, zahraniční a domácí turisté stejně utratí. Jenže ne v České republice, ale v jiných, z hlediska turistických cílů chudších a méně zajímavých zemích. Zkrátka, veřejnost, obzvláště ti, kdo nepracují ve službách zaměřených na servis turistům, cestovní ruch

nevnímá jako možný nástroj k blahobytu této země, natož jako jeden ze zdrojů svých sociálních jistot, jako je to samozřejmě v Rakousku nebo ve Švýcarsku.

Ne náhodou je cestovní ruch největším zaměstnavatelem v Evropské unii a agroturistika odvětvím, které živí spoustu Evropanů. Jakou má perspektivu v České republice?

Česká republika má pro rozvoj venkovského cestovního ruchu výborné přírodní i kulturně historické předpoklady. Agroturistika je specifickou formou cestovního ruchu, která je vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem se zemědělskou funkcí. V současné době je agroturistika v České republice ideální pro rodinnou dovolenou. Ministerstvo zemědělství ČR podporuje agroturistiku jako formu venkovské turistiky, kterou nabízejí zemědělské podnikatelé a slouží jim jako dodatečný finanční zdroj k udržení nebo rozšíření hlavního podnikatelského záměru, tj. výroby zemědělských produktů. Pro zájemce o provozování agroturistiky je velkou příležitostí Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013, kde jsou v rámci opatření „Podpora cestovního ruchu“ podporovány investice do malokapacitního ubytování (do 60 lůžek) včetně stravování v obcích do dvou tisíc

obyvatel, rekreační zařízení jako hřiště, koupaliště, jízdárny, apod., služby pro turistiky, budování a značení stezek a další aktivity. Žadatelé mohou celkem v tomto opatření vyčerpat téměř dvě miliardy korun. Ministerstvo každoročně registruje o toto opatření velký zájem žadatelů. Aktuálně jsou ke spolufinancování schváleny projekty s výší dotace cca 800 milionů Kč.

Na právě skončené tiskové konferenci jste představil výrobce potravin oceňovaných značek Regionální potravina. Ostatně krajové a místní speciality bývají jedním z důvodů, a někdy i hlavním, proč opakovaně navštěvovat danou zemi nebo region.

Projekt Regionální potravina, s podtitulem Přišli jsme tradici na chuť, má za první podpořit místní výrobce potravin a motivovat některé producenty mléka a masa, aby své výrobky obohatili o přidanou hodnotu zpracováním na potraviny. Obyvatelům a návštěvníkům České republiky projekt Regionální potravina nabízí rozmanitost v podobě dalších nových potravin, které zatím na trhu neexistují nebo mají jinou příchutí, jiný vzhled, prostě rozšířit sortiment českých potravin. Mojí prioritou je podpora českého potravinářství. Jsem velkým zastáncem regionálních



PROJEKT REGIONÁLNÍ POTRAVINA S PODTITULEM „PŘIŠLI JSME TRADICI NA CHUŤ“ DÁVÁ MOŽNOST OBOHATIT OBJEVOVÁNÍ KRÁS NAŠÍ ZEMĚ O PŘÍLEŽITOST OCHUTNAT LAHŮDKU, KTERÁ JE SPECIFICKÁ PRO DANÝ REGION.

výrobce a potravin a pevně věřím, že kvalitní výrobky si svoji cestu ke spotřebiteli jistě najdou. Projekt Regionální potravina, který se letos rozběhl, už zaznamenal výrazný ohlas. Dává možnost obohatit agroturistiku a objevování krás naší země. Je to příležitost ochutnat lahůdku, která je specifická pro daný region. Která vzniká tradičními postupy a ze surovin, které třeba jinde neznají nebo nepoužívají. Na druhé straně podporuje místní malovýrobce a rozvíjí tak nejen jejich podnikání, ale celou obec a příslušnou oblast tak, aby návštěvníkům mohla nabízet čím dál lepší služby, výrobky a zajímavější lákadla.

Bezpečnost potravin je v cestovním ruchu jednou z priorit, už proto, že jídlo bývá první přímou konfrontací cestovatele s navštěvovanou zemí. Jaký podle vás mají české potraviny kredit?

Velmi dobrý. Nejen u nás, ale i v zahraničí. Nejedná se přitom jen a pouze

o světoznámé vyhlášené české, a tedy samozřejmě i slezské a moravské pivo. Těch pochutin, které si podle mého názoru zaslouží uznání a pozornost, je rozhodně mnohem víc. Chráněné zeměpisné označení Evropské unie do dnešního dne získalo již dvacet pět českých potravinářských výrobků, posledním byly Olomoucké tvarůžky, o jejichž zařazení na unijní seznam jsme bojovali šest let. Udělení chráněného zeměpisného označení je klíčem k rozšiřování aktivit výrobců našich potravin v zahraničí. Počet českých produktů s tímto označením je při porovnání objemu našeho potravinářského sektoru se zeměmi, jakými jsou Francie a Německo, velmi chválným číslem. Je také jasným důkazem a signálem, že se naše kvalitní potravinářské výrobky ve světě určitě neztratí.

Přírodní krásy a krajina jsou výraznou předností turistické destinace Česká republika. Stěžejní roli při jejich správě sehrává vámi řízený rezort.

Ano, Česká republika oplývá řadou nádherných přírodních a krajinných scenérií. Od svých předků jsme sice převzali výrazně přeměněné prostředí, převážně kulturní krajinu. V ní ale nalézáme množství ostrovů a ostrůvků přírody původ-

ní nebo dlouhodobě neměnné tak, že nám často připadá jako obraz dávných věků. Stačí zmínit jihočeské rybníkářství, které je jedinečné v celoevropském měřítku. Naše země poskytuje spoustu možností pro rekreační i sportovní využití a zároveň poskytuje pohled na nádhernou přírodu. Měl jsem možnost navštívit mnoho zemí. Jako sportovec tělem i duší jsem poznal krásu Alp, kouzlo moří, ale vždy jsem se rád vracel domů. Mrzí mne, že mnoho lidí tráví dovolenou v zahraničí, a přitom téměř nezná svoji zemi a její přírodní krásy. ■

»» www.mze.cz

»» www.regionálnipotravina.cz



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

Projekt Bílé plus



Zvýšit spotřebu mléka a mléčných výrobků u všech skupin populace v České republice má za cíl projekt Agrární komory ČR Bílé plus. Spotřeba mléka a mléčných výrobků v Česku v dlouhodobém horizontu klesá. Např. spotřeba másla klesla od roku 1989 o 50%. Mléko a mléčné výrobky jsou podle odborníků pro výživu člověka důležité svým obsahem bílkovin, vitamínů a stopových prvků. „O mléce se traduje spousta mýtů a pověr. Projekt Bílé plus má ve spolupráci s odborníky tyto pověry uvést na pravou míru tak, aby se lidé nebáli mléko, sýry a další výrobky z mléka zařazovat do svého jídelníčku,“ přiblížil cíle projektu prezident Agrární komory ČR Ing. Jan Veleba. Hlavním komunikačním pilířem projektu jsou webové stránky www.bileplus.cz, kde jsou informace o mléce a dalších mléčných výrobcích, jako jsou různé sýry nebo zakysané mléčné výrobky. Pro přímou komunikaci je vytvořen profil na Facebooku, kde budou probíhat aktuální ankety a diskuze. Na webových stránkách a Facebooku budou také zveřejňovány pozvánky na další aktivity, jako jsou ochutnávky mléka nebo různých mléčných výrobků apod. „Ministerstvo zemědělství vítá informační projekt Bílé plus především ve smyslu možnosti využít evropských prostředků ke zlepšení marketingu a odbytu mléka a mléčných výrobků,“ uvedl náměstek ministra zemědělství Ing. Karel Tureček. Projekt byl zahájen v říjnu 2010 a bude trvat tři roky. Je podporován z prostředků Evropské unie a České republiky. Financování je rozděleno v poměru 50% EU, 30% ČR a 20% Agrární komora ČR. ■

»» www.bileplus.cz





Svaz obchodu a cestovního ruchu České republiky

S prezidentem Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky Ing. Zdeňkem Juračkou se setkáváme 1. listopadu 2010 v mém rodném městě Táboře, v divadle Oskara Neudbala, na oslavách stého výročí založení Jednoty Tábor.

Ing. Zdeněk Juračka

Dvacet let existence a podpory podnikatelského úsilí v tržním prostředí a mezinárodních vazbách dovedlo Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR do pozice vrcholového reprezentanta českého obchodu a cestovního ruchu.

Představuje zastřešující, nezávislé, dobrovolné, lobbistické sdružení, reprezentanta svazů, asociací, velkých retailových a distribučních společností, spotřebních družstev, obchodních aliancí, franchisingových sítí, malých a středních firem obchodu, pohostinství, cestovního ruchu a souvisejících služeb, územně strukturovanou organizaci, která prostřednictvím regionálních kanceláří a krajských zastoupení spolupracuje s územními samosprávami na sociálním a hospodářském rozvoji České republiky.



Sto let je bezesporu významným výročím každého spotřebního družstva. Samozřejmě i výrazný signál navenek, že spotřební družstva nejsou komunistickým produktem socialismu, ale že mají stošedesátiletou historii, která započala ve Velké Británii. A tedy má i přímou historickou společenskou a majetkovou provázanost se současným, v Česku znovunastoleným systémem tržního hospodářství.

Pane prezidente, právě končí tříleté období a na duben příštího roku připravujete volební valnou hromadu Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR.

Ano, a spolu s ní i strategii na další tři roky. Náš svaz sestává ze dvou platform. Z platformy cestovního ruchu a z platformy obchodu. Obě mají mnoho společného a samy o sobě i další vnitřní členění. U obchodu to jsou české aliance, kterých je dvanáct, plus zahraniční obchodní řetězce. V cestovním ruchu to jsou různá oborová sdružení, podle toho, na jaké služby se zaměřují. Posláním Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR je skloubit dílčí strategie těchto asociací a aliancí do takového směru, který by v naší rozhárané době restaurace tržního hospodářství, resp. raného

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, coby sociální partner, zastupuje zaměstnavatele v odvětvovém sociálním dialogu a kolektivním vyjednávání s Odborovým svazem pracovníků obchodu a s Českomoravským odborovým svazem pohostinství, hotelů a cestovního ruchu. Je smluvní stranou Kolektivní smlouvy vyššího stupně za zaměstnavatele v obchodu a cestovním ruchu a součástí zaměstnavatelské delegace v Radě hospodářské a sociální dohody (tripartitě). Je neopomenutelným připomínkovým místem k legislativě v oblasti pracovně právních a sociálních podmínek. Účastníkem mezi-rezortních připomínkových řízení k legislativním návrhům a změnám. Je lobbistou obchodního sektoru a cestovního ruchu směrem k Parlamentu ČR a české vládě. Smluvním partnerem pro spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR, Ministerstva pro místní rozvoj ČR a Českým statistickým úřadem. Je členem Hospodářské komory ČR a dalších podnikatelských a odborných sdružení. Členem Rady ČR pro kvalitu, Řídícího výboru Programu CzQ, Statistické rady ČR, Koordinační skupiny pro bezpečnost potravin a dalších odborných orgánů. Je zastáncem zájmů a potřeb podnikatelů v obchodě a cestovním ruchu při respektování zájmů spotřebitelské veřejnosti, zákonnosti, prosazování etických a autoregulačních principů v podnikání. Je poradenským místem k orientaci a pro nárokování podpor podnikání z evropských, národních a regionálních programů. Zastáncem rovných podmínek podnikání pro malé a střední podniky a preference jejich potřeb. Zástupcem českého tradičního obchodu v evropském sdružení UGAL (Union des groupements de détaillants independants). Obhájcem Evropské charty pro malé a střední podniky, iniciátorem opatření v oblasti přímých a nepřímých podpor pro malé

kapitalismu, pomohl v České republice terciální sféře, protože ta v rámci cestovního ruchu i obchodu dominuje. Tvoří 16% hrubého domácího produktu a zaměstnává 14% práce schopné populace této země.

Do jaké míry může Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR ovlivňovat postoj státu vůči zahraničním zákazníkům, a to zejména v souvislosti s cestovním ruchem? Protože, jestli budou zahraniční spotřebitelé do Česka jezdit nakupovat, tak hlavně kvůli tomu, že budou Českou republiku vnímat jako bezpečnou zemi, která má v zahraničí dobrou pověst, a ne až tak kvůli tomu, jakou tu máme terciální sféru.

Všechno souvisí se vším, a tak se snažíme ve všech směrech. Přesto je nejdříve

a střední podniky. Je reprezentantem českého obchodu a členem představenstva a exekutivy evropského svazu obchodu EuroCommerce, Brusel; členem evropské organizace sdružující nezávislé obchodníky UGAL, Brusel. Členem Evropského institutu obchodu EuroHandelsinstitut, Köln. Prostřednictvím svých členských organizací je zastoupen u vrcholových odborných evropských sdružení (např. HOTREC Brusel, FEDSA Brusel, EFF Brusel). Je lobbistickým sdružením, prosazujícím relevantní zájmy českých podnikatelů v obchodu a cestovním ruchu vůči parlamentu a institucím EU při tvorbě a změnách evropské legislativy a účastníkem evropského sociálního dialogu. Je tvůrcem a spoluvydavatelem odborných sborníků, manuálů a dalších pomůcek. Expertním místem ke konzultacím a pro řešení odborné problematiky. Profesioním partnerem dozorových orgánů k projednávání otázek prevence a zkušeností k zajišťování bezpečnosti a kvality produktu, hygieny prodeje a stravování atd. Informačním místem pro podnikatele při Hospodářské komoře ČR – oborovým koordinátorem informací a autorem odborných příruček k živnosti v obchodu a cestovním ruchu. Spoluorganizátorem největší konference v ČR k rozvoji obchodu „Retail Summit“, účastníkem konference „Hospitality & Tourism Summit“ a veletrhů cestovního ruchu. Je propagátorem významu a role obchodu a cestovního ruchu pro českou ekonomiku a zaměstnanost. Iniciátorem posilování prestiže podnikání v obchodu a cestovním ruchu. Zastáncem korektnosti v obchodních vztazích a poskytování co nejlepších, kvalitních a bezpečných služeb pro spotřebitele a klientelu cestovního ruchu. Tvůrcem a nositelem zásad etického podnikání v obchodě a cestovním ruchu. Podporovatelem dobrovolného uplatňování a rozšiřování společenské odpovědnosti podniků.

třeba tzv. zamést si před vlastním prahem. Proto je primárním cílem svazu zvýšit kvalitu služeb. Jsou totiž i jiné rádooby zastřešující organizace, které si neberou žádné servítky a pomlouvají (a to i při svých zahraničních misích) samy sebe a shazují český trh. Nechci jmenovat protagonisty těchto excesů. Jsem totiž přesvědčen, že Česká republika je nesmírně atraktivní zemí a že má zahraničním spotřebitelům, mým tím v neposlední řadě turistům, co nabídnout. Opravdu je ale potřeba udělat si pořádek nejdřív doma. Rozhodnout se, zda nám, resp. tomuto státu vedeného současnou vládou, zahraniční inkaso v řádu stovek miliard korun ročně, které lze generovat díky útratám cizinců na území naší vlasti, stojí za to,

abychom racionálně využívali celý turistický potenciál České republiky, nebo zda jeho velkou část i nadále nebudeme hospodářsky využívat. A to jsou i lobbistické věci týkající se postojů Parlamentu ČR.

Přísluví praví: „Podle sebe soudím tebe,“ a tak postoj našich zákonodárců k cestovnímu ruchu nezřídká vyznívá, že si jej pleťou s trajdáním, proradostňováním diet na služebních cestách a dovolenými v Alpách či u moře. Je tomu už hodně dávno, co jsem poradcoval v Podvýboru pro obchod a cestovní ruch při Hospodářském výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Ještě donedávna totiž nebylo komu takovému v českém Parlamentu radit.

Tak asi víte, že se nám v poslední době trochu zadařilo, protože se podařilo prosadit obnovení Podvýboru pro obchod a cestovní ruch. Je to i díky osobní iniciativě předchozího ministra pro místní rozvoj pana Rostislava Vondrušky. Velice si ho vážím a jsem rád, že s ním dodnes, i po jeho návratu do funkce ředitele České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, mohu spolupracovat. Naše směřování je jednoznačné. Chceme samostatné místo

byť si řada lidí nedokáže sečíst jedna a jedna, tj. že i pro jejich sociální jistoty jsou přímky státu generované díky obchodu a cestovnímu ruchu zásadním přínosem.

Pane prezidente, začali jsme Jednotou Tábora a osvětou, že forma družstevního vlastnictví výrobních prostředků existovala a fungovala už dávno před bolševickou revolucí v Rusku v roce 1917. Takovouto stabilitu by si jistě zasloužily obě sféry, které Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR reprezentuje.

Určitě si přejí, aby se podařila jejich stabilizace. Skutečně je potřeba zlepšit image terciální sféry v Česku, aby lidé pochopili její důležitost pro svou vlastní existen-



TERCIÁLNÍ SFÉRA JE VELMI VÝZNAMNÝM ZAMĚSTNAVATELEM, KTERÝ JE SCHOPEN POJMOUT OBROVSKÁ MNOŽSTVÍ PRACOVNÍCH SIL.



v tripartitě, protože ta je významnou instancí, která může výrazně napomoci zlepšit vnímání cestovního ruchu. Chceme lépe uplatňovat vliv v Hospodářské komoře ČR a společnými silami dosáhnout zlepšení mj. i v daňové oblasti.

A vy se domníváte, že je nějaká společenská poptávka, že lidé očekávají, že na něm cestovní ruch bude vydělávat, když v terciální sféře orientované na zákazníky – turisty nepracují a nepodnikají?

Nejsem tak naivní, abych to očekával. Od toho by měli být prozíraví politici, aby takovouto společenskou (ne)poptávku eliminovali. Aby se chovali jako hospodáři,

ci. Terciální sféra je velmi významným zaměstnavatelem. Je schopna pojmout obrovská množství pracovních sil, pokud se jí k tomu ovšem dá příležitost a vytvoří ekonomické předpoklady. Doktore, když už spolu hovoříme ve vašem rodném městě Táboře, a tedy i v rodném městě našeho pana ministra financí Miroslava Kalouska, rád bych mu popřál, aby si všiml, že už sto šedesát let existuje nějaké spotřební družstevnictví, a aby si uvědomil, že tomu českému byla v minulosti sebrána spousta majetku. Že se nedočkal restitucí, a že si přesto nestěžuje. Že má v tržním hospodářství své pevné místo, a že zrovna tak jako v USA, v Austrálii a v západní Evropě, i v České republice úspěšně bojuje o jeho udržení. Jeho pozice pátého a šestého místa v top desítku odvětví tomu nasvědčuje. A já věřím, že spotřební družstevnictví, stejně jako přežilo zvraty a války dvacátého století a komunisty, přežije i některé ataky z líhně „modrých ptáků“ a ostatních politiků v této republice. ■

» www.socr.cz



S prezidentem Asociace kuchařů a cukrářů České republiky a kontinentálním ředitelem Světové asociace kuchařských organizací panem Miroslavem Kubecem se v rámci celosvětových oslav Mezinárodního dne kuchařů potkáváme 23. října 2010 na Staroměstském náměstí v Praze.

Mirku, je to počtvrté opakovaně úspěšná akce. Pro mne o to víc, že jsem na ní mohl první dámě, paní Livii Klausové, která nad ní spolu s primátorem hl.m. Prahy Pavlem Bémem převzala záštitu, osobně předat zcela čerstvý výtisk devátého vydání časopisu na podporu průmyslu cestovního ruchu Všudybyl s foto-reportáží ze slavnostní recepce, která se konala na počest slovenského státního

Bc. Miroslav Kubec

V dnešní době je hodně mladých šéfkuchařů, kteří se vrátili ze zahraničí a přivezli si hodnocení, jak byli skvělí. V Česku jsou okamžitě etablováni na šéfovské pozice, a přitom nemají zkušenosti s řízením kolektivu a ekonomikou.



A tady je prostor pro další vzdělávací činnost Asociace kuchařů a cukrářů ČR, abychom začali pracovat na kurzech pro management a certifikaci mistrů kuchařů, jak pro Českou republiku, tak na mezinárodní úrovni. Věřím, že to bude krok, kterým přispějeme k tomu, aby se výrazně zlepšil stav a mezinárodní prestiž české gastronomie.

svátku na ambasádě Slovenské republiky v Praze 8. září 2010, jíž dominuje headlineový obrázek, jak ji vítá slovenský velvyslanec pan Peter Brňo s chotí.

Asociace kuchařů a cukrářů dlouhodobě spolupracuje s Nadačním fondem manželů Livie a Václava Klausových, který se orientuje na pomoc dětem, jež odcházejí z dětských domovů do života. Tyto oslavy jsou také spojeny s charitativní činností, která Fondu vynese částku okolo sta tisíc korun. Díky našemu partnerovi jsme už

VŠECHNY AKCE, KTERÉ V POSLEDNÍ DOBĚ DĚLÁME, JSME ZACÍLILI NA PODPORU ČESKÉ GASTRONOMIE A ZEJMÉNA REGIONÁLNÍCH SPECIALIT.

předtím přispěli sedmasedmdesáti tisíci korun škole Diagonis, jež pečuje o děti se sníženou mobilitou, na nákup sprchovacího lůžka. Program Mezinárodního dne kuchařů jsme rozšířili o další novinky, a jak vidíš, i počasí se skvěle vydařilo. Novinkou je finále Mistrovství České republiky ve filetování lososů, které se tu setkala s velkým ohlasem, a to také díky tomu,



Kuchaři se vrací k tradicím

že jsme i v této oblasti navázali vynikající spolupráci s firmou Makro, která je hlavním partnerem mistrovství. Dohodli jsme se, že finále mistrovství České republiky ve filetování lososů se tady v rámci programu Mezinárodního dne kuchařů bude konat každoročně.

V letošním roce jsme byli úspěšní i jinde. Podařilo se nám zrealizovat Kuchaře roku s hezkým plesem. Úspěšně jsem kandidoval na pozici kontinentálního ředitele Světové asociace kuchařských organizací WACS (World Association of Chefs Societies), o čemž už podrobně informovalo třetí vydání Všudybylu 2010 (viz www.e-vsudybyl.cz, článek: Miroslav Kubec kontinentálním ředitelem Světové asociace kuchařských organizací). V této funkci jsem od ledna a mám pod sebou patnáct států. Byť si počasí v létě ošklivé „za-

Východoevropan od založení Světové asociace kuchařských organizací. Máme za sebou první dvě regionální kola Gastrojunioru, z nichž nejlepší postupují do finále, které bude příští rok na výstavišti v Brně.

V sobotu 4. prosince 2010 se bude ve Zvíkovském Podhradí v hotelu Zvíkov konat celostátní kuchařská soutěž profesionálů Český kapr 2010.

Všechny akce, které v poslední době děláme, jsme zacílili na podporu české gastronomie a zejména regionálních specialit. Společně s Asociací hotelů a restaurací ČR a CzechTourism jsme vstoupili do projektu Czech Specials - poznej Českou republiku. I naše oslavy Mezinárodního dne kuchařů jsou zasvěceny české gastronomii. Všichni, kdo se jich tady na Staroměstském náměstí zúčastňují svými stánky, vaří českou tradiční gastronomii a regionální jídla. Rovněž Český kapr je formou naší podpory regionálních potravin a české gastronomie. Jsem přesvědčen, že se setká

s úspěchem, už proto, že se čeští kuchaři masově vrací k tradicím. Přišli na to, že to, co funguje všude ve světě, kdy je Ital hrdý na italskou pizzu, Japonec na japonské sushi, a Američan na americký hamburger atd., funguje i doma. O to víc máme důvod být hrdí na svoji českou gastronomii a nabízet hostům česká jídla.

úřadovalo“ při oslavách sv. Vavřince na Kladně, byl to extrémně vydařený ročník. Zúčastnili jsme se konference evropských prezidentů asociací tvořících World Association of Chefs Societies v Innsbrucku, která proběhla v září, a já ji vedl jako první





Jak se tento trend projevuje v odborném školství? Vychováváte v tomto duchu své následníky?

Podpora řemesel (a kuchařina je umělecké řemeslo!) je strašně důležitá. Bohužel, málokterá škola ve studentech buduje hrdost na profesi kuchaře. Současný vzdělávací systém je nastaven tak, aby děti hlavně chodily do škol a učební látku, resp. to, co jim z ní utkví, si co nejméně ověřovaly v reálném životě. Natož aby měli šanci prostředně vstřebávat řemeslný um mistrů kuchařů a získávané dovednosti upevňovat praxí zatím na zkoušku. Přitom regionální kuchyni a tradiční české gastro-



k tomuto trendu výrazně přispěly i obnovené pražské farmářské trhy, které pečlivě navštěvuji. Chodím tam s košíkem a nakupuji to, co zrovna ten den chci zpracovat, a vyhledávám i další dodavatele. Když pak mám hosta, který si nechá vyprávět, že ingredience na jeho jídlo byly koupeny támhle a támhle, odnáší si z našeho hotelu a České republiky hezkou vzpomínku a příběh, jakým způsobem se tu staráme o surovinu, kterou jsme mu předložili v nějaké úpravě tradiční lokální gastronomie. ■

» www.akc.cz



nomii není v jejich učebnicích věnována snad ani jedna zvláštní kapitola. V tomto je velký prostor ke zlepšení. Jednak aby děti měly šanci něco odkoukat od praktiků profesionálů a od začátku byly vedeny, jak se má řemeslo dělat, a na druhou stranu si i odzkoušet, jak se chovat k hostům – zákazníkům. Jak u toho přemýšlet.

Mirku, sice jsi prezidentem Asociace kuchařů a cukrářů ČR a kontinentálním ředitelem Světové asociace kuchařských organizací, ale především jsi šéfkuchařem vysoce prestižního pěti-hvězdičkového hotelu. Co ty a regionální potraviny?

Tímhle směrem jsem se zaměřil už hodně dávno. V našem hotelu jsem při snídaních zavedl koutek s bioprodukty. Zařazujeme je i do nabídek našich restaurací. Abych měl jistotu, že vznikají tak, jak je deklarováno, a také proto, že je pro podnik přínosné, pokud hostům vyprávíte příběhy potravin nebo jídel, opakovaně objíždím republiku a navštěvuji jejich dodavatele. Je přínosné vidět, jak vznikají a kolik s tím mají na farmách a ve zpracovatelských provozech práce. A jaké hezké a zajímavé věci dokáží. Každé ráno k nám do hotelu chodí čerstvé sýry, jogurty, ovoce, pečivo, maso atd. A musím konstatovat, že





Sanctus Victoria, nová kolekce přívlastkových vín

Svinařem a ředitelem firmy Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo Ing. Pavlem Pastorkem se setkáváme 18. října 2010, abychom si povídali o nové řadě jejich přívlastkových vín Sanctus Victoria.

Naše vinařství přišlo s exkluzivní kolekcí osmi vín z vybraných partií, které jsou určeny pro vinotéky, velkou gastronomii a k reprezentaci firem. Pro řadu Sanctus Victoria byla vyvzorována starobyle designovaná láhev z černé skloviny s reliéfním logem vinařství. Výrazně se tak vymyká naší dosavadnímu designu. Díky tvaru je ideální pro delší skladování. Vynikající podmínky pro archivaci zaručuje i celokorková zátka nejvyšší kvality. Při

Ing. Pavel Pastorek

Přívlastková vína kolekce Sanctus Victoria vozíme zákazníkům přímo. Odpadají tak mezičlánky typu velkoobchodu, příp. obchodních řetězců, což se odráží v ceně a 239 Kč vč. DPH za láhev. Zákazník víno objednává přímo u nás nebo přes naše dealery. Minimální

objednávací kvóta je sedm kartonů, tj. 42 lahví. V případě menšího odběru je eventuelně závoz na domluvě s našimi dealery.



designování láhve byl kladen důraz na reminiscence na templářský řád. Ty vynikají nejen z archaicky ladných tvarů černé pistole, ale i z etiket z ručně vytrhávaného speciálního papíru, s citacemi z dobových listin, dokládající působení templářského řádu na našem území. Po rozlomení voskových pečeti na etiketě je možné se dočíst o poloze vinice a složení půdy, kde hrozny zrály, i o technologickém postupu výroby vína. Každá láhev této limitované edice má unikátní výrobní číslo, a na webových stránkách www.templarske-sklepy.cz je tak možné sledovat, kolik lahví jednotlivých odrůd je ještě k mání.

Starodávne designované láhve obsahují vína z moravských vinic ze sklizně r. 2009. Jaký to byl pro vinaře rok?

Celkově nijak výjimečný, po stránce kvality lehce nadprůměrný. Nicméně, nám se podařilo vybrat partie vín z vyhlášených tratí, které rodily révu už pro templářský řád a o staletí později pro císařský dvůr, které dodnes dávají vysoce kvalitní hrozny. Ostatně, zákazníci se o tom mohou lehce přesvědčit.

A taky že se přesvědčili. Hned na vašich prvních předváděčkách.

Představení kolekce „Sanctus Victoria“ jsme nedělali běžným způsobem, protože se jedná o „třešinku na dortu“. Víno jsme

Rulandské šedé pozdní sběr má barvu starého zlata s odlesky žlutého melounu. Vůně je výrazná, dlouhá, s tóny přezrálé máslové hrušky a letního jablíčka. Chuť široká, plná s tóny sušené meruňky a citronové kůry s kouzelnou nasládlou dochutí. Doporučujeme k němu vepřové kotletky, zapečeného kapra a tvarohové sýry.

Tramín výběr z hroznů má barvu bílého zlata s medovými odlesky. Jeho vůně je těžká, hutná, s dominancí odkvétajících bílých růží, vyniká nazrálostí, v závěru s výrazem medového koláče s rozinkami. Chuť elegantní, výrazně kořenitá, perzistentní s cibébovou dochutí. Doporučujeme k tvarohovému dortu, jablečnému závinu, kuřecímu steaku zapečenému uzeným sýrem.

Sauvignon pozdní sběr, jeho barva připomíná lněné plátno s odlesky bílého zlata. Jeho vůně je hluboká. Jasně rozeznáme květ hluchavky, bělomasou broskve, zelenou pikantnost květu bezu a máty peprné. Chuť je extraktivní, harmonicky vyvážená s výrazem žlutého angreštu a zelených Bon Pari. Doporučujeme k němu kozí sýry, jehněčí kotlety a tvarohový koláč s ovocem.

Hibernal pozdní sběr, jeho barva je jasně žlutozelená. Vůně bohatá, silně ovocná, pocítíme dotek tropiky v podobě mandarinky snoubící se se zralou broskví, doplněnou o peprnost výhonku máty. Chuť je šťavnatá, široká, připomínající sirup nektarinky se štiplavostí zralého angreštu. Doporučujeme ke kuřeti na kari, sladkým omáčkám a palačinkám s ovocem.

Ryzlink rýnský pozdní sběr má reduktivní jasnou světle žlutozelenou barvu. Ve vůni dominují tóny kvetoucí lípy, akátu a jasmínového čaje. Jeho chuť je v příjemné harmonii zbytkového cukru, svěžesti, lehké minerality





a typické ryzlinkové kyseliny. Doporučujeme k němu tučné předkrmy, vídeňský řízek a tvrdé sýry.

Rulandské modré pozdní sběr, tmavá barva třešně a mahagonu ukazuje na přezrálou hroznu. Vůně, která je esencí tónů přemrzlé plané trnky v kouřovém oparu, přirozeně pokračuje širokou strukturovanou chutí, kde vychutnáme povidla se sladkou tříslovinou v závěru. Doporučujeme ke grilované jehněčí kýtě a holandskému sýru Pecorino.



Frankovka pozdní sběr, výrazná temná purpurová barva se v odlescích mění v karmínovou. Vůně evokuje podzimní večery, kdy se sušené ovoce přikusuje k šípkovému čaji. Chuť je minerální se zakomponovaným tříslem. Jasně postřehneme červený rybíz a brusinkový džus. Doporučujeme k němu pokrmy z vepřového masa, domácí paštiky a polotvrde sýry.

Modrý portugal pozdní sběr, jeho barva je světle granátová s odstíny tmavé višně. Vůně bohatá, strukturovaná, příjemně ovocná s dominancí černé třešně, sušené švestky a mléčné čokolády. Chuť potěší lahodnou sametovostí s výrazem teplého kapučína a strouhaného perníku. Doporučujeme ke grilovanému krůtímu steaku a čerstvým tvrdým sýrům.

naším cílovým skupinám představili formou řízené degustace jednak tady v Čejkovicích, a protože podstatná část konzumentů velkých vín je z Prahy a okolí, udělali jsme pro ně ochutnávku v sídle Královské kanonie premonstrátů na Strahově, v přehádném areálu Strahovského kláštera. Degustaci vedl sommelier Ivo Dvořák. Její účastníci měli hned na místě možnost vyplnit objednávací lístky, a pro nás je potěšující, že sedm procent z celového objemu přívlaskových vín kolekce „Sanctus Victoria“ bylo objednáno už na těchto dvou prezentacích.

Před několika lety jste obnovili produkci šumivých vín, vyráběných klasickou ruční metodou.

Jsmo národem, který víc než osmdesát procent perlivých vín spotřebuje na Silvestra. Zmíním se o naší nejvyšší řadě, vyráběné metodou sekundární fermentace v láhvi: Brut, Demi a Rosé demi, které je u zá-



kvalitě bobulí pomohla. Jaká ale budou letošní vína, ukáže příští rok. Kolem Vánoc budou probíhat stáčky z kvasnic – první manipulace s vínem. Zkrátka, na resumé musíme počkat, až se mladé víno trošičku naleží a nazraje. U přívlaskových vín minimálně ještě dalšího tři čtvrtě roku.

Víno je vítaným reklamním předmětem.
Vino je především jedním z nejušlech-

VÍNO JE FREKVENTOVANÝM REKLAMNÍM A PROPAGAČNÍM PŘEDMĚTEM. NAPOMÁHÁ TOMU ČESKÁ LEGISLATIVA, KTERÁ TICHÉ VÍNO V CENĚ DO 500 Kč ZA LÁHEV UMOŽŇUJE ZAHRNOUT DO NÁKLADŮ.

kazníků zvláště oblíbené. Jsme rádi, že je o ně velký zájem a že coby ryze tuzemské vinařství úspěšně konkurujeme nadnárodním i zahraničním producentům i v šumivých vínech vyráběných metodou a la Champagne, kdy z extra připravovaných partií, při nižší cukernatosti, z celých hroznů získáváme mošt, který necháváme vykvasit do polohy suchého vína. Z těchto suchých odrůdových vín se vytvoří několik kupází – asambláží. Ta z kupází, která se našim sklepním mistrům nejvíce líbí, je naočkována kvasinkami sekundární fermentace, které vozíme z Francie z departementu Champagne. V našem vinařství pracují vynikající sklepmistři. Tvrdím, že mají laboratoře v ústech. Ve vinařině jsou totiž situace, kdy je třeba konat okamžitě. Zejména ve fázi „školení“ vína. Takže naše špičková laboratorní technika je nezřídka odkázána až na potvrzování ex post toho, co jejich citlivé jazýčky ve víně odhalily, a rozhodnutí, jak s vínem naložit.

Jak letošní úroda ovlivnilo počasí?

Na rok 2010 asi nebudou vinaři vzpomínat zcela v dobrém. Co se výnosu týče, ten je jednoznačně nejnižší za posledních více než dvacet let. Kvalita hroznů není špatná. Hodně partií zpracováváme na přívlasková vína. Nižší úroda, kdy réva zkoncentrovala cukernatě a aromatické látky do menšího množství hroznů,

tilejších nápojů. Je zdravé a bývá nástrojem společenského kontaktu. V poslední době se láhev vína stala hodně frekventovaným reklamním a propagačním předmětem. Napomáhá tomu i česká legislativa, která tiché víno v ceně do 500 Kč za láhev umožňuje zahrnout do nákladů jako propagační předmět. Tuto cenovou hranici nepřekračují ani naše ledová a slámová vína. Firemní řady vín (často s firemními logy a texty) dodáváme mnoha odběratelům, kteří je v rámci své propagace uplatňují v průběhu celého roku.

A co plány vašeho vinařství?

Rozšiřujeme výměru vinic. Skupujeme je nejen v Čejkovicích a jejich bezprostředním sousedství. Připravujeme programy spolupráce obnovy vinic u smluvních partnerů. V neposlední řadě chystáme projekt výstavby svého třetího závodu, kde se budeme zabývat výrobou špičkových malo-sériových vín. Tzn. i řady „Sanctus Victoria“, s níž jsme letos poprvé vyšli na trh. ■

»» www.templarske-sklepy.cz



Cestovní ruch potřebuje větší popularizaci

S náměstkem ministra pro místní rozvoj Ing. Michalem Janebou se setkáváme 27. října 2010.

Pane náměstkku, s jakou vizí jste přišel na ministerstvo a jaké jsou vaše cíle v oblasti cestovního ruchu?

Cestovní ruch určitě potřebuje větší popularizaci k tomu, aby se do obecného povědomí dostalo, jak důležitou platformou hospodářského a společenského rozvoje je, do jakých oblastí zasahuje a jak ovlivňuje jejich existenci a výkonnost. Přál bych si, aby si veřejnost začala více uvědomovat, že peníze je možné generovat nejen ve službách domácím a zahraničním turistům, ale také to, že turistický ruch má dopad na celkovou zaměstnanost a tvorbu podnikatelských a pracovních míst. To se týká zejména regionů, které trápí vysoká nezaměstnanost a není tam moc šancí rozvíjet výrobní či jiná odvětví. V současné době jsou takovéto možnosti cestovního ruchu přehlíženy, nebo o nich neexistuje hlubší povědomí.

Hovoříme sice především o incommingu a domácím cestovním ruchu, ale hospodářský vliv cestovního ruchu je nesporný i na rozvoj outgoingu. Čím více budou Češi vydělávat (a to souvisí s jejich zaměstnaností), tím více budou cestovat do zahraničí. Nicméně, zpátky k domácímu cestovnímu ruchu a incommingu. Dokážeme zacházet s turisty jako se zákazníci dobře? Dokážeme je účinně oslovit, aby do Česka přijeli? A pokud jedou, jsme s to je motivovat a vytvořit podmínky k tomu, aby své cesty a pobyty cílili nejen do Prahy, ale i do všech dalších regionů České republiky? A dokážeme jim nabídnout to, co očekávají, a ještě něco dalšího, co je zaujme, aby přijeli i příště a doporučovali Česko ostatním? Jsem toho názoru, že v tomto máme velký prostor pro zlepšování našich referencí. Turisté jsou zákazníci, od nichž chceme, aby přijeli a utráceli tu peníze. Především je ale třeba, aby turista nebyl brán jako někdo, kdo tu vadí, ba téměř jako nepřítel, ale aby byl vítaným hostem, který je pro nás hospodářským přínosem. A aby tomu odpovídala naše pohostinnost a služby, které mu poskytujeme.

Český incommingový cestovní ruch v historicky velice krátké době negativně zasáhla řada událostí. Kromě živelných pohrom, včetně popela z islandské sopky Ejaflajökull, to byl teroristický útok na Světové obchodní centrum v New Yorku, SARS a v neposlední řadě hospodářský útlum akcelerovaný finanční a hypoteční krizí.

Určitě bychom se měli víc angažovat v místech, odkud lze do Česka přivážet hodně bohatých turistů. Ne náhodou se touristboardy států západní Evropy a Ameriky tak výrazně angažují na Dálném východě, v zemích SNS a v Indii. Otázkou ale je, pokud se tamní cestovatelé rozhodnou, kolik z nich má šanci do Česka přijet. Zda jim chceme a umíme poskytnout servis. Zároveň se však chceme věnovat zemím, kterým jsme blíž, byť jejich cestovatelé nejsou tak utráciví jako bohatí turisté z Východu, avšak nemusí překonávat velké vzdálenosti a administrativní překážky.

Bezesporu. Pokud se český zahraniční obchod nechce nebo mu kdosi zakázal orientovat se na neuvěřitelné množství neuvěřitelně bohatých zákazníků z nejperspektivnějších zdrojů

CESTOVNÍ RUCH JE POHYB LIDÍ, KTERÝ JEZDÍ ZA NĚČÍM, A VŠE TO, CO S TÍMTO POHYBEM SOUVISÍ.

jových zemí (třeba proto, aby své peníze jezdili utrácet do USA a do západní Evropy), je třeba napřít síly v zemích sousedních. Ostatně, kolik cestovatelů v nich o Česku ví? O tom, že jejich představy o nás je motivují navštívit Českou republiku, se dá úspěšně pochýbovat. Takže, pokud chceme jejich peníze, tj. aby k nám přijeli utrácet, čeká Českou republiku spousta osvět, a dokonce boření pomluv a mýtů, tedy antipropagandy.

Bohužel musím konstatovat, že si to děláme sami. Některé problémy, které



Ing. Michal Janeba

Cestovní ruch je pohyb lidí, kteří jezdí za něčím (za poznáním, za užíváním volného času, zábavou, konferencemi a kongresy, byznyssem, shoppingovat atd.), a vše to, co s tímto pohybem souvisí. Ať už za to cestovatelé platí (např. doprava, pohonné hmoty, ubytování, potraviny, jimi kupované spotřební zboží, vstupenky na sportovní klání či umělecká představení atd.), nebo je to hrazeno z veřejných prostředků navštěvované země (např. turistické informační služby, ochrana a údržba turistických atrakcí aj.).

negativně ovlivňují pohled na Česko, jsou nadměrně medializované, a přitom to jsou často střípky bez souvislostí, kterým ovšem zahraniční cestovatel může dát velký význam. Určitě neříkám, být opatrný a nemedializovat to, co České republice na kreditu nepřidává. Bylo by však záhodno dát minimálně obdobný prostor i tomu, co prospívá dobrému jménu naší vlasti. A na toto téma bych si dovolil i malou perličku z doby svého pobytu v Kanadě. V tamní televizi proběhl v hlavním čase dokument o České republice a našich zvykoslovných tradicích. Věnoval se

Velikonocům, tedy i tomu, za jakým účelem řežeme a splétáme pruty. Druhý den jsem měl od kolegů v práci tisíce dotazů, zda tu opravdu bijeme ženy a jestli to skutečně patří k naší tradici. Když jsem jim vysvětlil, že je to pěkný zvyk, říkali: „No, ale stejně. To by u nás nešlo“.

Někdo tvrdí, že domácí cestovní ruch zvyšuje svoji výkonnost i díky dopadům následků finanční a hypoteční krize. To, že Češi daleko víc dovoleně a prázdniny tráví v Česku a že svoje výlety a incentivní programy zaměřují na objevování nových míst, je pro Česko hospodářsky bezesporu pozitivním trendem. Já bych ale řekl, že je tomu tak také proto, že českým výletníkům a turistům Česko daleko víc chutná.

V Česku je stále spousta restaurací, které nabízejí řadu jídel pod prazvláštními jmény, pod nimiž si nově přichází nedokáže představit, co to je. Různá tajemství kuchaře atd. Avšak evropský trend je zařazovat na jídelní lístky také tradiční, s daným místem nebo regionem spjatá jídla. Ukazuje se, že je to dobrý marketingový tah i z hlediska cestovního ruchu. Že spousta lidí jezdí právě za takovým jídlem, anebo že místní specialita při rozhodování, kam se vydat, sehrává podpůrnou pozitivní roli ve prospěch toho kterého místa. Jsem proto rád, že tento trend zasáhl i Česko a že dochází i k obrodě výroby českých regionálních potravin, které vídám v obchodech. To, co českému cestovnímu ruchu pomáhá, je zpestřování a rozšiřování nabídky nejen v oblasti gastronomie. A v této souvislosti se musím zmínit o úspěšném portálu „Kudy z nudy“, který cestovatelům dává přehled, co naleznou v místě jejich pobytu nebo na trase cesty, takže si mohou sestavit atraktivní cestovní plán nebo program svého pobytu.

V jaké fázi je zákon o cestovním ruchu?

Návrh zákona je zatím ve stádiu tzv. „věcného záměru“ a měl by být do konce roku předložen vládě. Paragrafované znění a další harmonogram jeho zpracování lze nyní obtížně odhadovat. Zpravidla jde o záležitost několika dalších měsíců. Včetně projednání ve Sněmovně a Senátu se může jednat klidně o jeden rok i déle. Naší ambicí je, aby byl účinný nejpozději od 1. ledna 2013.

»» www.mmr.cz



NÁRODNÍ
CENA KVALITY
ČESKÉ REPUBLIKY

Národní ceny kvality 2010

Ve Španělském sále Pražského hradu se 10.11. 2010 udělily Národní ceny kvality ČR. Titul Excelentní firma získal Armark, jako Excelentní organizace byla oceněna Krajská ředitelství policie Jihočeského a Ústeckého kraje. V programu Národní ceny ČR za Společenskou odpovědnost organizací zvítězily v kategorii do 250 zaměstnanců společnost Vítkovice, a.s. a nad 250 zaměstnanců ČEZ. Vítězem Národní ceny kvality - veřejný sektor, model CAF, je SOŠ a střední odborné učiliště obchodní Brno. Národní cenu kvality ČR - podnikatelský sektor, model Start Plus - Úspěšná firma, získaly Hyundai Motor Manufacturing Czech, Karned Tools, Interier Říčany, Druchema a Brush Sem. Národní cenu kvality ČR - podnikatelský sektor, model Start - Perspektivní firma, EGP Invest. Národní cenu kvality ČR - veřejný sektor, model Start Plus - Úspěšná organizace, SOŠ Multimediální a propagační tvorby a Krajské ředitelství policie Středočeského kraje. Cenu Anežky Žaludové Jaroslav Nenadál. Manažera kvality roku 2010 Eduard Horčík. Ocenění Ekologicky šetrný výrobek/služba, získaly Interier Tech a Vodafone Czech Republic. Czech Made: Syner (CMS) a Krpa Form. Ocenění Česká kvalita - Práce postižených Ergotep. Ceny kvality v Sociální péči: Pečovatelská služba Chvaletice, Domov pro seniory Lanškroun, Daneta, centrum pro zdravotně postižené Hradec Králové a občanská sdružení Ratolest Brno a Heřmánek za službu Dům na půl cesty.

»» www.sokcr.cz



Předseda představenstva a generální ředitel společnosti Pivovary Staropramen a.s. Ing. Zbyněk Kovář se narodil v Žatci. Vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze se specializací finance. Profesionální kariéru zahájil ve firmě Arthur Andersen. Do společnosti Pivovary Staropramen nastoupil v roce 2000. Před nástupem na pozici generálního ředitele prošel různými pozicemi v odděleních financí, marketingu, trade marketingu a zejména obchodu. Absolvoval Global Exchange Program v Brazílii. Jeho nejoblíbenější značky piva jsou Staropramen, Stella Artois a Ostravar.

Pane řediteli, čím si vaše piva zaslouhují tak velký podíl na českém trhu?

Piva produkovaná našimi pivovary jsou oblíbená už 140 let. Dlouhodobě jsme druhým největším producentem piva v České republice. Je to dané zkušenostmi a invencí lidí, kteří pro Pivovary Staropramen pracují v kombinaci s léty prověřenými recepturami, z nichž na počátku vycházíme i u zcela nových produktů. Ty nám zásadním způsobem pomáhají udržet si ob-



Ing. Zbyněk Kovář

Neplatí, že když celkové klesá poptávka po pivu, klesá ve všech hospodách a restauracích. Jsou provozovny, které se na tuto situaci připravily, zainvestovaly a jsou schopny si své hosty udržet. Máme obchodní partnery, kteří nejen, že neklesli, ale dokonce v prodeji piva rostli. Je potřeba hledat příležitosti, nerezignovat a zkoušet i nové věci. Nejtíže do nich v tuto nelehkou dobu samozřejmě bezhlavě, ale testovat si po částech, co v tom kterém podniku funguje. A tam, kde se ukáže, že daná věc funguje, slápnout do toho. Protože pořád je podnikání o investování peněz a sázení na správné karty. Naše společnost se snaží být majitelům provozoven partnerem v podnikání. Proto se jim snažíme pomoci ty správné karty najít.



libu u spotřebitelů, protože do každodenní spotřeby vnášejí něco nového. Kreativita našich zaměstnanců nám umožňuje přicházet s inovacemi, jakou byla letos například Staropramen jedenáctka. Ta i přesto, že není v našem odvětví revolucí, je v mnoha ohledech unikátní.

Pivovary Staropramen jsou generálním partnerem Asociace hotelů a restaurací ČR. Na její výroční konferenci 25. a 26. listopadu 2010 budete hovořit o vývoji makroekonomického prostředí a jeho vlivu na gastronomii.

To, o čem bych rád hovořil, je, jakým způsobem současné makroekonomické

Jak makroekonomické prostředí ovlivňuje konzumaci

prostředí ovlivňuje konzumaci piva. Můj příspěvek bude obsahovat jak dnes populární téma ekonomické krize, tak také dlouhodobé spotřebitelské trendy. Existují trendy, které se díky krizi zrychlují. Jeden z nich se hodně dotýká oborů, v nichž členové Asociace hotelů a restaurací působí – hotelnictví a pohostinství. Roste domácí spotřeba na úkor útraty v gastronomickém segmentu. Dnes přibývá lidí, kteří mají o něco méně peněz a více přemýšlejí, za co je utratí. A tito konzumenti piva nám utíkají z restaurací a hospod a stále více konzumují pivo doma. To má vliv na výkony celého gastronomického odvětví. Jedním ze způsobů, jak tyto lidi motivovat, aby se do hospod a restaurací vrátili, je přinášet novinky a inovace. Proto na trh přicházíme s novými pivy, jako je již zmíněná Staropramen jedenáctka či třeba točený nealkoholický Staropramen. To jsou produkty, které akcentujeme, aby pomohly zejména gastronomickému segmentu. Tyto inovace trh oživují, lákají stávající spotřebitele a přinášejí mu

spotřebitele nové, a tedy nové tržby našim partnerům v pohostinství.

Když je zlá doba, tak se pije, když je dobře, tak se také pije...

Pokud se podíváme na historii trhu piva v České republice, tak bez ohledu na to, zda šla ekonomika nahoru nebo





Pivovary Staropramen a.s.

Objem prodaného piva (2009)	3,02 mil. hl
Pozice na trhu (2009)	2
Podíl na trhu (2009)	15 %
Pivovary	Staropramen a Ostravar
Počet zaměstnanců	více než 700
Staropramen v zahraničí	ve více než 30 zemích
Největší trhy	Německo, Velká Británie, Švédsko, Slovensko, Ukrajina, Rusko
Hlavní značka	Staropramen
České značky	Braník, Ostravar, Velvet, Vratislav, Měšťan
Mezinárodní značky	Stella Artois, Hoegaarden, Leffe
Gastronomický koncept	Staropramen Potrefená husa
Filosofie firmy	Být partnerem v podnikání

stagnovala, spotřeba piva na hlavu se nějakým zásadním způsobem neměnila. Pohybovala se kolem 160 litrů na hlavu a rok. České hospodářství za posledních patnáct let prošlo několika turbulentními obdobími, kdy nezaměstnanost šla nahoru nebo dolů, avšak na spotřebu piva to nemělo žádný zásadní dopad. Už v druhé půlce loňského roku a především letos jsme však zaznamenali, že spotřeba na hlavu klesá způsobem, který historie nepamatuje. V loňském roce to byl propad na zhruba 150l na hlavu a letos pokles pokračuje. Jsme přesvědčeni, že je to dáno dopadem makroekonomických negativních vlivů na peněženky spotřebitelů. Protože pokud se podíváme, za co spotřebitelé utrácejí, vidíme, že logicky daleko víc za nezbytné výdaje, což jsou např. splátky hypoték, energie, nájem atd. Zkrátka položky, které jsou v onom pomyslném nákupním koší nezbytnější. A protože nemají větší příjmy, na zbytné výdaje se jim dostává méně peněz. A bohužel, pivo i návštěva restaurací patří mezi ty, které mají v jejich spotřebním koší nižší priority. Pokud se podívám na pivo ve srovnání s jinými



na trzích, kam tradičně vyvážíme, což je západní Evropa. Kompenzovali jsme to růstem na jiných trzích, např. na Ukrajině nebo v Rusku, kde se nám daří růst. Ale ne proto, že by rostly tamní trhy, ale proto, že značka Staropramen má na těchto trzích velký růstový potenciál.

Co ti, kdo umí pivo udělat, a nebo i zkazit?

Stále platí, že sládek pivo vaří a hospodský ho dělá. Segment pohostinství, hotelů a restaurací je tak pro naše odvětví nejnákladnější. Platí to ohledně celkové poptávky po našich značkách. To, abyste si nějaké pivo koupil v maloobchodní prodejně, hodně určuje zkušenost a reference z restaurace či hospody. I v této době proto naše investice hodně směřujeme do tohoto segmentu, aby-

STÁLE PLATÍ, ŽE SLÁDEK PIVO VAŘÍ A HOSPODSKÝ HO DĚLÁ. SEGMENT POHOSTINSTVÍ, HOTELŮ A RESTAURACÍ JE TAK PRO PIVOVARNICKÉ ODVĚTVÍ NEJVÝZNAMNĚJŠÍ.

nápojovými kategoriemi, je vidět, že v České republice je pořád prioritou, a mezi tzv. zbytnými výdaji je tím nejvíce nezbytným. A přestože pokles spotřeby piva není tak velký jako u jiných nápojových kategorií, rozhodně je markantně větší, než kdy byl za posledních patnáct let.

Vaše akciová společnost je významným exportérem piva. Jedním z největších v Česku.

Ano, pohybuje se mezi druhou a třetí příčkou. Odstup mezi prvními třemi hráči není nijak veliký. Avšak také oblast exportu poznamenalo hospodářské zpomalení

chom společně nedopustili další pokles a naopak podpořili růst. Jedna z těchto investic se třeba týká tankového piva, u kterého rádi říkáme, že je nejčerstvější široko daleko, protože je nepasterované. Je to pivo, u něhož dochází k minimální manipulaci. Vozí ho čerstvé z pivovaru a je výborně uskladněno. Proto je tak oblíbené u spotřebitelů. Díky přehledům výkonů pak vidíme, že tam, kde se nám společně s partnery podařilo tankovou hospodu postavit nebo přebudovat, roste zájem o naše značky a dochází k nárůstu výtoče. ■

» www.pivovary-staropramen.cz

**PIVOVARY
STAROPRAMEN**



Středočeský kraj



foto: Arnold Brabenec

Karlovo náměstí v Kolíně 18. září 2010 připomínalo restauraci pod širým nebem. Kvalitní jídla z domácích surovin, umělecká vystoupení a mnohé další, to vše bylo k vidění a hlavně k ochutnání. Vůbec poprvé se tu totiž konal Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje. Středočeský kraj spolu s městem Kolínem a Svazem československých kuchařů byl nejen iniciátorem této události, ale i geografickým územím, z něhož pocházela většina surovin, z nichž byla připravena jídla včetně lokálních specialit. K ochutnání tu byla i regionální jídla z cizích zemí prezentovaných týmy z Francie, Ruska, Itálie, Slovenska, Polska, Maďarska a Rakouska. Organizátoři dali příležitost nejen profesionálním kuchařům, ale také středočeským odborným školám. Stánky tak byly plné pochoutek, které připravili studenti – budoucí kuchaři a číšníci. Součástí festivalu bylo i mistrovství v pečení buchet. Přihlásit se mohl kdokoli. Porota vybrala tradiční českou buchtu z dílny kolínského občanského sdružení Volno, které v Kolíně pomáhá postiženým.

Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje

S předsedou Svazu československých kuchařů a spolujednatel rodinného penzionu a restaurantu U koně panem Jaroslavem Sapíkem se setkáváme 3. listopadu 2010 v jeho hostinci na Klokočné ve Středočeském kraji. Prvním tématem, které v souvislosti s hlavním tématem gastronomického vydání Všudybylu 2010 otvíráme, je Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje, na který zvalo osmé prázdninové vydání letošního Všudybylu.

Gastrofestival Středočeského kraje je projekt na podporu lidí, kteří zde ve Středočeském kraji produkují potraviny – suroviny a jídla. Podmínkou bylo, aby se každý z nás aktérů této události

prezentoval jídly, která jsou minimálně ze dvou třetin připravována ze surovin pocházejících ze Středočeského kraje. Projekt vznikl a byl realizován ve spolupráci se Středočeským krajem a městem Kolín, zejména pak díky podpoře hejtmána Středočeského kraje Dr. Davida Ratha a starosty Kolína pana Jiřího Buřiče. Avšak nechtěli jsme, aby to byla politická manifestace. Chtěli jsme, aby to byla kuchařina. Festivalu se zúčastnilo i několik zahraničních mužstev a studenti patnácti odborných škol. To abychom napomohli alespoň trochu překlenout v Česku se prohlubující díru mezi odpraxovanou učňovskou mládeží a profesionály, tj. reálným životem. Studenti přišli perfektně připraveni. Cítili jsme, že jsme v Čechách. Podmínkou pro provozovatele degustačních stánků bylo, že festivalová porce nesmí přesáhnout prodejní cenu 20 Kč, s tím, že co se týče ostatního sortimentu, si tam každý může koupit, co chce. Na Karlově náměstí bylo šedesát stánků, návštěvníci mezi nimi korzovali a ochutnávali. Všichni všechno vyprodali. Žádný konflikt, perfektní program. Zapojeny byly místní restaurace, obchody i trhovci. Lidé, co s námi ráno přišli, odcházeli, až když jsme končili.

Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje zaštiťoval Svaz československých kuchařů.

Svaz československých kuchařů je znovuobnovené stavovské profesní sdružení,

kteřé bylo říšským výnosem, jako ostatně tehdy všechny československé spolky, zrušeno v roce 1939, poté, co Francie a Anglie, o nás bez nás, daly Československo v pleni Hitlerovi. Až do nedávné doby se Svaz československých kuchařů nikdo nepokusil obnovit. My jsme jej pod patronací Francouzů obnovili se vším všudy. Tedy navázali na někdejší spolupráci kuchařů v historických hranicích někdejšího Československa – Čechů, Moravanů, Slezanů a Slováků, a tak mi bylo ctí předat v rámci Mezinárodního regionálního gastronomického festivalu Středočeského kraje v Kolíně prestižní ocenění „Rytíř československé kuchyně“ našemu kolegovi panu Janu Michálkovi. Podpořilo nás počasí i místní lidé, kterých se na gastrofestivalu sešlo na patnáct až dvacet tisíc. Všichni zahraniční účastníci byli slušně přivítáni. Co se týče jejich ubytování a doprovodného programu pomohlo nám město Kolín i Středočeský kraj. A vůbec v tom nefigurovala politika, z čehož jsem měl v době příprav festivalu obavy a říkal jsem si: „Na kraji jsou sociální demokráti, v Kolíně ODS. Ten festival se asi vůbec neuskuteční...“ Všechno bylo vyvráceno. Spolupráce s hejtmánem i se starostou Kolína byla úžasná. Oba udělali obrovský kus práce pro to, aby na tento první ročník mohly navázat další. Zkrátka vytvořili dobrý základ, aby se Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje mohl stát tradicí a každoročně očekávanou atraktivní lidovou

Jaroslav Sapík

Rodina Sapíková vás zve na Klokočnou do hostince U koně na jídla z pečlivě vybraných rodinných receptů, které jsme převzali od svých předků. Tomuto řemeslu se věnujeme od 17. století, kdy náš rod působil na jižní Moravě, v Čechách, Bavorsku, Vídní, Tyrolsku a u předních šlechtických rodů. Naším cílem je pracovat vždy z kvalitních a čerstvých surovin na vysoké úrovni s ohledem na dnešní trendy. Jsme vyznavači české kuchyně, samozřejmě se všemi vlivy, které řemeslu naší rodiny pozitivně obohatily.



slavností kvalitního jídla. Oba dva nám obrovsky pomáhali, a i když se pak sešli na pódiu, politiku nechali kdesi pod ním. Zůstali u toho, že Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje je oslavou lidí a gastronomie. I jako předseda Svazu československých kuchařů jim musím poděkovat, protože bez nich bychom to v tak velkolepé míře nikdy neuskutečnili.

Mezinárodní regionální gastronomický festival Středočeského kraje jste, vy kuchaři a cukráři, do značné míry dělali jako osvětovou událost.



KDYŽ JE NĚCO DEKLAROVÁNO JAKO TRADIČNÍ ČESKÁ SPECIALITA, TAK TO TAK MUSÍ BÝT.

Samozřejmě! Můžeme se vytahovat, jak chceme, ale situace v českém pohostinství je velmi rozrůzněná. Máme špičková pohostinství, a pak také taková, která třeba nejsou úplně špatná, ale mohla by být lepší. Hodně záleží na omladině, aby byla dobře informovaná a pyšná na naše řemeslo. Ostatně, žádná kuchyně není špatná, jsou jen dobří a špatní kuchaři.

Když jsem teď přišel k vám na Klokočné na dvůr, je tam trakař jakoby z Ladovy knihy O kocouru Mikešovi.

Svazek obcí Ladův kraj vznikl na základě smlouvy starostů čtyřiatvacecti obcí v roce 2000. Jeho cílem je hospodářský rozvoj našeho mikroregionu skrze cestov-



ní ruch a kulturu. Nazývá se podle jedné z největších osobností české kultury, oblíbeného malíře a spisovatele Josefa Lady autora známého kocoura Mikeše a dalších mluvících zvířátek, vodníků, víl, který svou inspiraci čerpal z našeho kraje kolem rodných Hrusic. U zrodu mikroregionu byl hlavně bývalý starosta Řičan pan Vrba. Bez něho by to dodnes nefungovalo, a tak bych mu chtěl i prostřednictvím Všudybylu poděkovat. Potom obci Hrusice, která se o náš projekt obrovsky stará, v nichž se lze informovat, kde se u nás jaká akce děje. Nicméně jsou i obce, které

hospodářský přínos marketingového projektu Ladův kraj dodnes nepochopily, přestože s ním spjatá reklama a zejména rozvoj cykloturistiky jim zabezpečují přísun velké kupní síly - cca 30% turistů.



Ale do Klokočné jezdí lidé nejen díky panu Ladovi, ale také za Sapíkovíc rodinou do restaurace U koně.

Nejen. V našem kraji přibývají i další kvalitní restaurace. Myslím, že díky dřívější, ne tak velké konkurenci byly zde naše začátky snazší, než je to teď. Je to o tom, brát řemeslo poctivě a starat se o zákazníky. Pro nás jsou širokou rodinou. S hosty je vesměs dobře známe. Už víme, co musíme vařit, co nemůžeme, některé věci zkusíme, obnovujeme. U nás je to všechno na doporučení těch, kdo už u nás byli. Ve svých začátcích jsem jako kuchař jezdil po světě a mohl si dovolit napodobovat cizí kuchyně, protože to byla módní vlna. Ale já na ní nenastoupil a dělal českou kuchyni. Náš obchod s manželkou je postaven na tom, že pro naše lidi budeme dělat naši gastronomii s tím, že když ji budeme dělat dobře, a jim přijede návštěva z ciziny, že jí budou tuto českou kuchyni chtít předvést. To se podařilo, a tak v Klokočné máme jednu třetinu hostů - cizinců. Díky našim českým hostům! A pak jsme se rozhodli vařit tak, aby to bylo i pro děti a pro seniory. O sobotách a nedělích, kdy máme

nejsilnější kšeft, tak jednu čtvrtinu hostů tvoří důchodci.

Takže jaká je perspektiva regionálních jídel?

Dnes, po zasedání Evropské unie, která uvolnila peníze na podporu regionálních potravin a jídel, je to téměř zaklínadlo. Ne všichni toho využili správným směrem. Samozřejmě, profesionálové, kteří to od začátku dělali jako my, věděli co podporují, ale začali se objevovat i tací, kteří najednou díky tomu, že měli možnost dosáhnout na evropské peníze, začali vařit nesmysly, které s českou ku-



chyní nemají nic společného. Nic proti moderním jídlům. Ta byla vždycky, ale když je něco deklarováno jako tradiční česká specialita, tak to tak musí být. Gastronomie, ta je jen jedna, ale jsou špatní a dobří kuchaři. ■

- » www.kr-stredocesky.cz
- » www.klokocna.cz
- » www.mukolin.cz
- » www.laduv-kraj.cz
- » www.csl-svazkucharu.cz



Středočeský kraj

LADŮV KRAJ



HOTEL „U koně“

foto: Daniel Malák



Grandhotel Pupp hostil prezidenty Visegrádu

V roce 1335 bylo sídlo maďarských králů, hrad Visegrád, dějištěm jednání mezi polským, českým a maďarským králem. Ti se tu dohodli na spolupráci v politických a obchodních otázkách. O staletí později, 15. února 1991, pak na témže místě byla prezidenty Maďarska, Polska a Československa ustavena další středoevropská iniciativa - Visegrádská trojka. Visegrádskou čtyřkou, označení čtyř zemí ve střední Evropě Česka, Maďarska, Polska a Slovenska, se stala až po rozdělení Československa roku 1993. Zatím poslední summit prezidentů Visegrádu se uskutečňuje první listopadový víkend v České republice v Karlových Varech, a tak rozhovor s F&B manažerem Grandhotelu Pupp panem Bc. Richardem Lhotákem

Bc. Richard Lhoták

Grandhotel Pupp poskytuje komplexní čtyřřadvacetihodinový servis. Host tak má možnost v kteroukoliv hodinu využít našich služeb. Má profese je mi nejen zaměstnáním, ale zároveň koníčkem. Velmi si proto vážím toleranosti své ženy, která mi umožňuje plně se věnovat práci F&B manažera v nejproslulejším hotelu České republiky, což vnímám jako ocenění svých znalostí a zkušeností.



4. listopadu 2010, v době jeho vrcholících příprav, začínáme právě touto událostí.

Grand Hotel Pupp je fenoménem pohostinnosti a gastronomie. Navazujeme na slavnou tradici, která byla starostou Karlových Varů panem Deimlem zahájena v roce 1701. Výjimečné postavení Grandhotelu Pupp potvrzuje i skutečnost, že jsme byli vybráni, abychom zajistili galavečeři prezidentů Visegrádské čtyřky. Grandhotel Pupp totiž nemá v České republice, a prakticky ani ve střední Evropě, obdoby, a tak i naše slavná historie pohostinnosti a kvality služeb nás zavazuje realizovat tuto významnou akci na nejvyšší profesionální úrovni. Pro všechny zaměstnance je to prestižní záležitost a pro mnohé z nás celoživotně nezapomenutelná událost.

Nejen láska, ale i přízeň hotelových hostů, včetně prezidentů zemí Visegrádu, prochází žaludkem.

Lidé hotel a jeho restaurace hodnotí nejen podle architektonických dispozic a designu interiérů, zasazení do krajinného prostředí či urbanistického kontextu, vstřícnosti personálu a celkové atmosféry, ale i podle chuťových vjemů. Kompletní scénář takto významné události prochází striktním schvalovacím procesem. Prezidentské menu bylo pečlivě vybíráno manželkou pana prezidenta paní Livií Klausovou a ředitelem protokolu prezidentské kanceláře panem Jindřichem Forejtem. Bylo vybráno takové, aby charakterizovalo hostitelskou zemi a oslovilo zahraniční hosty, kterým

První z budov Grandhotelu Pupp, zvaná „Saský sál“, byla postavena na objednávku tehdejšího starosty města Deimla v roce 1701. Sálem byly položeny základy k řadě pozdějších hotelových staveb. V době stoupající slávy Saského sálu vládl na karlovarské radnici další starosta Andreas Becher. Také on vlastnil pozemky v nivě za ohybem říčky a rozhodl se vystavět svůj „Lusthaus“ v pravém úhlu k Saskému sálu, zhruba v místech dnešního Zrcadlového sálu a restaurace Grandrestaurant Pupp. Hned od začátku se mu začíná říkat Český sál. V roce 1760 přichází do Karlových Varů Jan Jiří Pop, rodák z Veltrus, který do té doby působil jako cukrář hraběte Rudolfa Chotka, a nastupuje na místo u zdejšího cukráře Mitterbacha. Roku 1775 se ožení s Mitterbachovou dcerou Františkou, která kupuje od vdovy po starostovi Becherovi třetinu Českého sálu. Následujícího roku kupuje Františka druhou třetinu a poslední dokupuje roku 1776 její manžel, který se mezitím začal podepisovat jako Johann Georg Pupp. V témže roce rozbíhá svůj podnik. Během 19. století se firma úspěšně rozvíjela a v roce 1890 rodina Puppů, reprezentovaná bratry Antonem, Juliem a Heinrichem, získala do vlastnictví i původní Saský sál. Téhož roku je založena rodinná akciová společnost. Šest let poté předává firma vídeňským architektům Fellnerovi a Helmerovi takzvaný „Etablissement Pupp“, aby byl tento soubor jednotlivých budov v roce 1907 s konečnou platností scelen v novobarokně pojatý „Grandhotel Pupp“. V letech 1922–1923 vrcholí přestavba a modernizace hotelu. Každý pokoj má vlastní koupelnu s teplou a studenou vodou, a za největší úspěch byl pokládán fakt, že před začátkem II. světové války se Puppům konečně podařilo koupit poslední ze žádaných budov „Dům Boží oko“, dnes Café Pupp.

přibližuje atmosféru České republiky a Karlových Varů. Jeho součástí jsou vína z Valtic - Sylvánské zelené 2008 a Cabernet Sauvignon - Merlot Barrique 2008. Vzorky byly vybírány tak, aby co nejlépe reprezentovaly Moravu jako producenta skvělých vín a dodaly chuťový zážitek ze slavnostního menu, kde hlavním chodem bude pečená jehněčí svíčková. Stěžejní program večera, umělecký i gastronomický, se bude odehrávat v našem Slavnostním sále.

Jak prokazuje nejen Visegrádská čtyřka, jste významným mezinárodním kongresovým a festivalovým hotelem.

Ano, máme tu střediska, která dokáží najednou pojmout a uspokojit až tisíc lidí. Ve slavnostním sále máme možnost



odstravovat až 600 lidí najednou. Stylové dobové prostředí Becher's baru opakovaně láká atmosférou anglické restaurace. V tomto prostředí je možno tancovat a ochutnat více než dvě stě skvělých míchaných nápojů. Disponujeme kavárnou, která se bude po několika letech opětovně modernizovat s vysokou kulturou servisu kávy a podávání jedinečných dezertů dle receptur z dávné historie Pupp. Grandrestaurant Pupp je středisko, kde náročná klientela najde ty nejvybranější pokrmy doplněné skvělými světovými víny. Malá Dvorana je charakteristická centrální dislokací. Každý host, který navští-



ví Grandhotel Pupp, jí prochází. Milovníci čajů a večerů při vážné hudbě, a také architektury, si zde zajisté přijdou na své. Musím připomenout Rendez Vous, La Belle Epoque, Chopin, Zrcadlový sál, 24hodinový Room Servis, které jsou odbytovými středisky celého úseku Food & Beverage. Jeho nedílnou součástí jsou cateringové služby. Poptávají je pořadatelé Mezinárodního filmového festivalu, nadnárodní společnosti a další klienti přímo v Karlových Varech a v okolí, byť to okolí bývá vzdáleno i několik set kilometrů. Tedy nejen v České republice, ale i v zahraničí.

Pane Lhotáku, příští rok budete slavit tři sta deset let existence Grandhotelu Pupp.

HOSTÉ SE RÁDI VRACEJÍ DO TAKOVÝCH HOTELŮ, KDE VLÁDNE PŘÍVĚTIVÁ A PŘÁTELSKÁ ATMOSFÉRA, KDE O NĚ PEČUJE PROFESNĚ VYSOCE ZDATNÝ PERSONÁL.

Jak už jsem se zmínil, k jeho renomé výrazně přispělo nejen nádherné prostředí a světovost lázní Karlových Varů a jeho novobaroční architektura, ale také kvalitní kuchyně v čele s mistry šéfkuchaři, jejichž vynikající pokračovatelkou je naše současná šéfkuchařka paní Vladka Příhodová. V našem hotelu se snoubí krása minulých století s moderním designem. Kvítují to i stálí hosté, kteří se k nám vrací právě kvůli úžasné atmosféře. K tomu, aby se těšili do jim důvěrně známého prostředí, přispívá vysoce profesionální přístup hotelového personálu. Klienty Grandhotelu Pupp bezesporu těší, že pro nás nejsou anonymními hosty, že si pamatujeme, jak se jmenují, a že je při jejich příjezdu vítáme jejich příjmením, jako kdyby jen na chvíli opustili hotel.

Pracovat v Grandhotelu Pupp je bezesporu srdeční záležitostí.

Určitě. Trávím tady i spoustu volného času. Být hostitelem totiž vyžaduje člověka



oddaného službám - pojmout servis jako poslání. Velkou výhodou při nynější řídicí práci pro mne jsou praktické zkušenosti z jednotlivých středisek. Vysoce proto hodnotím i součinnost a podporu dalších úseků Grandhotelu Pupp vedených panem Ing. Michalukem, paní Huberovou, ale i se skladem a realizačním oddělením. Velký důraz kladu na oborovou zdatnost, tedy na vzdělávání a profesní tréninky, včetně prohlubování znalostí o produktech, které hostům nabízíme. Zejména u mladších kolegů. Do organizačních činností implementujeme moderní prvky řízení, které si vedoucí úseků rychle osvojují. Máme minimální fluktuaci, takže také stabilita pracovních sil a vztahů výrazně přispívá ke špičkovému produktu a ke spokojenosti hostů, kteří v Grandhotelu Pupp potkávají známé tváře. Např. pana Hejmana, který tu pracuje již čtyřicet let. Naše motto je: „Lidé jezdí za lidmi“ - ochota, vstřícnost, přátelská a plně profesionální služba se zvláště v dnešní době stává nejsilnější stránkou hotelových služeb. Zabezpečení tak prestižní akce, jako je setkání prezidentů Visegrádu, proto vnímám nejen jako ocenění Karlových Varů, ale také kvalit Grandhotelu Pupp, a zejména pak vysoké profesionality všech svých kolegů v čele s naší generální ředitelkou Ing. Andreou Pfeffer-Ferklovou. ■

» www.pupp.cz

GRANDHOTEL
PUPP



Spolehlivý dodavatel hotelového vybavení

VECTOR INTERNATIONAL
má novou adresu:
Československé armády 702
253 01 Hostivice

Ing. Attila Balogh

Firma VECTOR INTERNATIONAL s.r.o. byla založena v roce 1993 s cílem podnikat v oblasti hotelového vybavení. V té patříme mezi významné spolehlivé dodavatele minibarů, hotelových trezorů, zámkových systémů, orientačních systémů, kompletního vybavení pokojů, koupelen a toalet, hotelové kosmetiky, hotelového textilu, hotelového a restauračního nábytku, vybavení pro housekeeping, lobby, kongresového vybavení aj. Potvrzením našeho postavení je výhradní zastoupení řady světových firem a tuzemských výrobců. Vždy jsme se snažili vybírat ty nejspolehlivější a nejvyšší kvality výrobky. I v případě, že si zákazník vybere produkty nižší cenové úrovně, může si být jist správnou volbou. A protože se trh vyvíjí, nabídku průběžně rozšiřujeme o nové produkty a stávající sortiment inovujeme dle světových trendů, které pečlivě sledujeme.



VECTOR INTERNATIONAL s.r.o. je garantovaným dodavatelem hotelového vybavení Asociace hotelů a restaurací ČR. S jeho ředitelem Ing. Attilou Baloghem se setkáváme 1. listopadu 2010.

Pane inženýre, jak letošní rok přeje vašemu podnikání?

Určitě je poznamenán zpomalením hospodářského růstu a cenovou politikou hotelů. Nicméně i tak je vcelku dobrý, a proto jsme využili jisté výhodné konstelace a koupili nemovitost v Hostivici u Prahy, kam celou naši firmu v průběhu listopadu 2010 stěhujeme a kde budeme od letních měsíců příštího roku provozovat krásný velký showroom.

Po čem je na trhu hotelového vybavení největší poptávka?

Po fénech, což se projevilo tím, že se nám zvýšil jejich prodej. Řada našich partnerů

i nových zákazníků se dovybavuje pokojovými seřfí. Kompletní sortiment doplňků úspěšně nabízíme i pro hotelové koupelny, kromě jiných i od světových firem Brabantia nebo Geesa, a britskou Vado, která vyrábí vysoce úsporné vodovodní baterie, jež šetří až 30% nákladů na vodu. Nabízíme i špičkové hotelové postele německé firmy FBF, populární rychlovarné sady, kompletní vybavení pro housekeeping včetně vozíků pro pokojské, room servis a recepčních vozíků, orientační tabule, lanové zábrany, stojanové popelníky, odpadkové koše atd. VECTOR INTERNATIONAL nabízí opravdu velmi široký sortiment zboží. Od jednodušších modelů po špičkové výrobky pro mezinárodní hotely. Ostatně, podívejte se na naše webové stránky. ■

»» www.minibar.cz



Lanýže v restaurantu Lucullus

V hotelu International Brno – Best Western Premier v restaurantu Lucullus měli 20. října 2010 kulinařskou událost. Čerstvé lanýže, které jim přímo z Itálie dopravil letecký speciál. Jedno z prvních povídaní o nich jsem dělal s ředitelkou společnosti, která je vozí do Česka, paní Silvií Cortelazzi a reprezentantem její firmy Cortelazzi Praha Enricem Prozerem (viz www.e-vsudybyl.cz, článek „Pro Italy je jídlo potěšením života“). Enrico na dotaz, jak se lanýže hledají, řekl: „Za pomoci psů a vepřů. U psů to nebývá výjimečná rasa. Nejlepší bývají pouliční směsky. Dokáží vyhledat lanýže v hloubce až půl metru pod zemí. Narozdíl od vepřů jsou přátel-

celý. Lanýže rostou v oblasti italsko-francouzských hranic Piemont, Umbra. Známý jsou čtyři druhy. Letní lanýž, který roste od května do října. Po letním nastupuje podzimní, neboli burgundský, který jsme tu měli my, a potom přichází zimní lanýž neboli bílý, alba lanýž, který je nejdražší. Jeho kilo se prodává za 80 až 90 tisíc korun. Cena černého letního lanýže se pohybuje kolem 35 tisíc Kč za kilogram. Do Česka je ale importována i náhražka z Číny, čínský lanýž. Pozor na to! Jeho kilogram stojí necelé 2 tisíce Kč. Avšak nejen cenou, ale i chutí a dalšími vlastnostmi je od italských lanýžů výrazně odlišný. ■

» www.hotelinternational.cz



štější, protože je neponičí, kdežto prase musíte ve finále přeprat.“

Touto reminiscencí jsem zahájil rozhovor se zástupcem šéfkuchaře hotelu International Brno – Best Western Premier panem Rudolfem Pospíšilem.

Je to tak. Problém do šedesátých let minulého století, kdy se vepři k hledání lanýžů hodně používali, byl, že prasata byla tak rychlá, že lanýž často sežrala. I proto se dnes používají především psi. Dostanou jinou odměnu, a lanýž zůstane



*Lanýž je diamant kuchyně
Alexandre Dumas*

Lanýžové menu

*Champagne Gonet Sulcova Blanc
de Blancs Brut*

Lanýžový amuse bouche

*Brûlée z kachních jater Foie Gras
s kousky lanýže a malinovým želé*



*Domácí tagliatelle
s lanýžovým krémem*

*Dýňové rizoto s konfitovaným
mečounem v lanýžovém másle
s čerstvě strouhaným lanýžem*

*Lanýžové taleggio
s piniovým medem a řeřichou*

*Čokoládové lanýže s krémem latté
macerovanou hruškou v červeném
víně a s hruškovým sorbetem*



PREMIER

*A new
Standard
of Excellence*

Hotel International Brno

SCEE regionálnym riaditeľom divízie Electrolux Professional Food Service a prokuristom spoločnosti Electrolux Slovakia s.r.o. pánom Ing. Dušanom Ovečkom sa stretávame v pražskom Novomestskom pivovare 10. novembra 2010.

Pán riaditeľ, pred vami som robil interview s F&B managerom karlovarského Grandhotela Pupp pánom Lhotákom v súvislosti s tým, že v Puppe hostili prezidentov Visegrádskej štvorky. No, a vy tiež svojim spôsobom vládnete Visegrádskej štvorky, aj keď „len“ v rámci firmy Electrolux Professional Food Service, teda priemyslových kuchýň.

Ing. Dušan Ovečka

Spoločnosť Electrolux je schopná zaistiť komplexné riešenie špičkovo profesionálnej kuchyne prostredníctvom jedinej značky. Inovatívne produkty Electrolux Professional Food Service spĺňajú potreby aj tých najnáročnejších zákazníkov a zaručujú vynikajúce výsledky – šetrný prístup k životnému prostrediu, vysokú produktivitu práce, stopercentnú hygienu a nízke prevádzkové náklady. Rozhodnúť sa pre technológie Electrolux Professional znamená získať prístup k najväčšej svetovej sieťi vysoko kvalifikovaných obchodných zástupcov a servisných partnerov.



Voľačo na vašom konštatovaní pán doktor bude, pretože pred dvoma rokmi Electrolux Professional pre svoju divíziu Food Service v Bratislave vytvoril centrálnu kanceláriu Visegrádskej štvorky. V hlavnom meste Slovenskej republiky tak vzniklo naše fakturačné a logistické centrum pre Slovensko, Poľsko, Česko a Maďarsko. Napokon, ono je tak trochu virtuálne, lebo divízia Electrolux Professional Food Service má kancelárie aj v Prahe a Budapešti, kde všetky funkcie, ktoré v nich pred vznikom bratislavského regionálneho ústredia boli, ostali zachované. V Bratislave vzniklo centrum, čo sa týka skladov, logistiky a centrálného managementu, a v jednotlivých krajinách ostali funkcie podpory trhu a zákazníkov

Electrolux Professional Food Service

vrátane komunikácie s klientmi. Všetko to, na čo boli naši zákazníci zvyknutí. V čom sme veľmi silní, to sú dva segmenty trhu. Vzhľadom k nášmu technologicky

špičkovému produktovému portfóliu je to hotelový a reštauračný biznis vyššej triedy, a druhý segment, ktorý je pre nás veľmi dôležitý, je sféra spoločného stravovania – kuchyne pre nemocnice, väzenskú službu, armádu, domovy dôchodcov apod.

Aká je vaša firemná filozofia?

Firma Electrolux Slovakia centrálnu koordináciu rolu dostala preto, pretože azda všetky nadnárodné spoločnosti usilujú o svoju čo najvyššiu konkurencieschopnosť a rentabilitu. Teda o systémovú

V ČOM JE ELECTROLUX PROFESSIONAL FOOD SERVICE VEĽMI SILNÝ, TO SÚ HOTELOVÝ A REŠTAURAČNÝ BIZNIS VYŠŠEJ TRIEDY A SFÉRA SPOLOČNÉHO STRAVOVANIA – KUCHYNE PRE NEMOCNICE, ARMÁDU, DOMOVY DÔCHODCOV APOD.

racionalizáciu všetkých procesov, a preto vytvárajú spoločné kancelárie pre regióny, ktoré utvára aj viacero krajín dokopy. Dôvod, prečo tá naša sídli na Slovensku v Bratislave je, že Slovensko, ako jediná krajina Visegrádskej štvorky, je členom eurozóny a má zvedené euro. Globálna firemná filozofia je stále tá istá. Electrolux existuje od roku 1919, a trvalo usiluje o to, hovoriť zákazníkom pravdu. Napokon, to čo veľakrát možno počuť na trhu je, ako práve „tá“ technológia je najgeniálnejšia a najdokonalejšia... Je to hlúposť, pretože všetky špičkové produkty sú zrovnateľné. Jednoducho, nevymyslíte nič prevratného a ak áno, konkurencia vás hneď dobehne. To čo rozhoduje, sú ľudia, ktorí v tej ktorej firme pracujú a tvoria ju, alebo spolupracujú v tímoch zmluvných partnerov. Teda, či vám povedia pravdu, alebo budú klamať a vymýšľať si táraniny. Naša filozofia je, chovať sa normálne, rovnako normálne s ľuďmi komunikovať, hovoriť im, že naše stroje sú síce naozaj dobré, ale že sa aj ony napokon môžu jedného dňa pokaziť. Naším cieľom je, aby sa k nám zákazníci vracali. No a že to funguje, dokladá fakt, že Electrolux je tu takmer sto rokov, zatiaľ čo tie ostatné firmy vznikajú a zanikajú, ako na bežiacom páse. Našou obchodnou filozofiou je otvorenosť a okamžitý servis. Byť zákazníkom poruke, vždy keď potrebujú.

Čo sa vám aj darí, lebo v rámci Visegrádu vaše technológie predávajú, inštalujú a servisujú stovky vašich zmluvných partnerov.

Electrolux Professional Food Service je stopercentná dcéra spoločnosti Electrolux AB Stockholm s tým, že v každej tej krajine máme sieť distributérov a partnerských firiem. Mnohé z nich sú s nami dvadsať, dvadsaťpäť rokov. Napokon aj to je dôkaz toho, čo som vravel pred chvíľkou, že si vážime lojalitu firiem, ktoré s nami vo všetkých štyroch visegrádskejších krajinách na tejto úrovni spolupracujú. Tých podstatných sú desiatky, menších stovky. No v každej krajine máme jedného až troch partnerov, ktorí sú pre nás extrémne dôležití. To je normálne, pretože nie každá firma je až tak kapitálovo silná, a toto je investičný obchod. ■

»» www.electrolux.sk
 »» www.electrolux.cz

Thinking of you
Electrolux

Kávu Dallmayr mobilní platbou

Na prvý pohľad obyčajný automat na prodej kávy, a prece se jedná o technickou novinku. Mobilní platba kávy. Systém začala vyvíjet firma Baumann Technologie. Po úspěšném zavedení v Jordánsku, Maďarsku, Rumunsku a Dubaji se letos v září dostala do Česka a na Slovensko. Firma Baumann Technologie navázala spolupráci s firmou Alois Dallmayr, jejíž kávové automaty jsou hojně zastoupeny v mnoha městech České republiky a která je průkopníkem nového způsobu prodeje. Ing. Dovrtěl za Baumann Technologie k tomu říká: „S Dallmayrem jsme spolupracovali již v předcházejících letech, kdy jsme do jejich automatů zabudovali



ZÁKAZNÍK ZAPLATÍ POUZE KÁVU, JAKO KDYBY JI PLATIL V HOTOVOSTI.

René Sion

Úspěch kávy Dallmayr spočívá ve vysoké, více než třisetleté náročnosti této značky na kvalitu. Základem je výběr vynikajících druhů surové kávy. V roce 2001 Dallmayr vstoupil na český trh. Svoji exkluzivní kávu dodává i do kanceláří. Vybrané kávové speciality jsou ceněny v klasických kavárnách stejně jako v tradičních hotelech, v nejvyšších restauracích i v oblíbených tradičních lokálech a v neposlední řadě i čerpacích stanicích.



telemetrický systém. Ten dokázal na povel z řídicího centra přes sms sdělit, kolik porcí kávy a čajů se prodalo, sám nahlásil odpojení od elektřiny, vody nebo zaslal sms, že je třeba zásah technika.“ Mobilní platba firmy Baumann Technologie je pro zákazníka výhodná v tom, že neplatí nic navíc, jako je tomu u již zavedených systémů, kdy si mobilní operátor bere 20 až 30% provízi. Tak např. funguje i dárcovská esemeska. „U naší mobilní platby zákazník zavolá na telefonní číslo konkrétního přístroje. Ten mu sice

hovor nezvedne, ale na displeji automatu se ukáže, jak je na tom jeho účet. Pokud jsou na něm peníze, automat se ho zeptá, jakou kávu chce. Jakmile si vybere, je mu z účtu odečtena příslušná částka. Pokud na účtu nejsou peníze, může si kredit na místě dobít. Zákazník tak nemá žádné výdaje navíc, zaplatí pouze kávu, jako kdyby ji platil v hotovosti,“ říká Ing. Dovrtěl.

V současné době se můžete v České republice setkat s automaty Alois Dallmayr, vybavenými mobilní platbou a LCD displeji v pilotním projektu na třech místech v Praze: v Království železnic na Smíchově, v prodejně Hornbach na Černém Mostě a v holešovickém Výstavišti. „Jen co od zavedení této novinky uplynulo pár dnů, vzbudila velkou pozornost. Jsem si jist, že právě tudy se bude ubírat budoucnost prodeje. A nejen naší kávy,“ řekl René Sion, generální ředitel firmy Alois Dallmayr v České republice. ■

»» www.Dallmayr.cz



Francouzská restaurace ART NOUVEAU je typem prestižní výběrové restaurace vysoké kvality ve slohu pražské secese a je vysoce hodnocena mezi odbornou veřejností pro kvalitu kuchyně a neopakovatelnou atmosféru umocněnou jazzovou nebo živou klavírní hudbou. Tým kuchařů vede francouzský šéfkuchař Jacques Auffrays, který získával zkušenosti v michelinových restauracích ve Francii, Anglii a v Německu. Francouzská restaurace ART NOUVEAU je také prémiovým catererem prezidenta České republiky.

Jacques Auffrays

I letos naše Francouzská restaurace ART NOUVEAU připravovala a hostila oba bankety Grand Jour de Champagne, největšího evropského champagne festivalu, který již čtvrtým rokem proběhl v Praze, tentokrát od 21. do 23. října 2010. První den na menu spolupracují vždy tři šéfkuchaři. Druhý den jej připravuje pouze šéfkuchař Francouzské restaurace. Hlavní ochutnávka champagne domů rovněž proběhla u nás v Obecním domě, a to ve Smetanově síni. Celým festivalem provázal Libor Bouček z Evropy 2.



Jacquesi, chtěl jste být vždy kuchařem?

V mládí jsem přemýšlel, zda pracovat v kanceláři nebo se živit rukama, v sedmnácti letech jsem si začal uvědomovat, že kuchařina by mohlo být to správné povolání, kterému bych se chtěl věnovat.

Pamatujete si, kdy jste poprvé vstoupil do kuchyně?

V naší rodině se kuchařině nikdo nevěnoval a já sám jsem se v patnácti letech začal učit na automechanika. V té době jsem vůbec nepomýšlel na vaření. Během učení jsem dostal příležitost na týden vypomáhat kamarádovi v kuchyni. Tato zkušenost mne natolik ovlivnila, že jsem v sedmnácti letech přestoupil na kuchařskou školu ve svém rodném městě Nantes.

Jsou recepty převážně vaše vlastní?

Velmi rád čtu všechny národní kuchařky, ve kterých čerpám hodně inspirace. Recepty si následně upravuji dle své intuice. Kombinuji je s vlastními nápady. Vždy chci vycházet vstříc hostům a držet při tom svůj vlastní styl. Nabídnout pokrm s vyváženou chutí a cenou, aby host měl příčinu o svém kulinářském zážitku pohovořit se svými přáteli a vrátit se zpátky.

Jak jste ve Francouzské restauraci dlouho a co je u vás nového?



Francouzská restaurace ART NOUVEAU hostila bankety Grand Jour de Champagne

Od března tohoto roku. A co je ve Francouzské nového? Pořád se tu něco děje. Minulý týden skončil největší evropský champagne festival, jehož oba dva slavnostní banketové večery se konaly v naší restauraci. První večer jsem menu připravoval spolu s šéfkuchařem hotelu Mandarin Oriental Jiří Štítem a šéfkuchařem hotelu Radisson Blu Alcron Romanem Paulusem. Druhý večer pak už přímo se svými kolegy z Francouzské restaurace. Bylo zajímavé připravovat menu, jenž se mělo



snoubit právě se šampaňským, které my, Francouzi, tolik milujeme. Připravujeme kurzy vaření francouzské kuchyně. Ke 100. výročí otevření restaurace (slavnostně otevřena na Silvestra 1911) rozšiřujeme její jméno na Francouzská restaurace ART NOUVEAU. Na příští neděli chystáme brunch, který pořádně každou první neděli v měsíci, a také finalizujeme nabídku vánočního a silvestrovského take away, které nabízíme našim hostům, aby si odpočinuli od vánočního stresu.

JACQUES AUFFRAYS PŘIPRAVUJE KURZY VAŘENÍ FRANCOUZSKÉ KUCHYNĚ.



Jaká je podle Vás česká kuchyně a které typické české jídlo máte nejraději?

Mám rád masná jídla, a těch je v české kuchyni dostatek. Nejraději moravského vrabce, houskový knedlík a zelí. Nepohrdnu také svíčkovou anebo špekovými knedlíky. Z mé rodné země je pak mou nejoblíbenější omáčka Beurre Blanc, která pochází právě z Nantes. Nejlépe chutná v kombinaci s hovězím steakiem, nebo se štikou či candátem. ■

Připravil Martin Kolář

»» www.francouzskarestaurace.cz

Tatarský biftek z kapra a Kapr Casanova

To, co mne těší, je, že jsou obory, v nichž Češi nejsou žádná ořezávatka. Dodnes se totiž nikomu dalšímu nepodařilo disponovat recepturou, dle které v Hluboké nad Vltavou zpracovávají jikry z divokých kanadských lososů na unikátní kaviár. A není to jen podnikatelským záměrem a technologicky špičkovým záze- mím firmy Lesy Hluboká nad Vltavou. Je to i životní praxí tvůrce receptury Ing. Eduarda Levého, s nímž se potká- váme 9. listopadu 2010, a který o ji-

Ing. Eduard Levý

Gastronomická divi- ze akciové společnosti Lesy Hluboká nad Vltavou podporuje výchovu nastupujících genera- cí kuchařů. Ve školách, ale i pro kuchaře seni- ory pořádáme škole- ní zaměřená na aplika- ce kaviáru, ryb a zvě- řiny. Fungujeme i jako středisko praktického vyučování. Zejména při zajištění větších akcí spolupracujeme se studenty středních odborných škol. Naše společnost se hodně angažu- je i v rámci soutěží kuchařů, zejména junior- ských soutěží. V nejbližším čase 4. prosince 2010 při soutěži Český kapr na Zvíkově u Pís- ku, kam vás spolu s Asociací kuchařů a cuk- rářů ČR, pobočkou Šumava, zveme.



krách ví mnohem víc než většina po- travinářů, protože se zabýval chovem a plozením ryb.

Edo, už třináctým rokem úspěšně ob- chodujete s červeným kaviárem a nyní i s černým.

Ano, vedle červeného kaviáru, kte- rý vyrábíme bez chemie, je stále větší poptávka po drahém černém kaviáru



z jesetera a belugy, což je nejkva- litnější jeseterovitá ryba, z níž je ka- viár nejceněnější. Ten námi prodávaný, certifikovaný Evropskou unií, pochází z Ruska, kde jej získávají z generačních ryb. Stogramová sklenička černého ka- viáru vyjde zákazníka stejně, jako když si koupí půl třetího kila našeho červené- ho. Náš kaviár Imperátor je oblíbenou pochoutkou nejen v hotelích a restaura- cích v České republice, ale získal si obli- bu i v zemi gurmánů, ve Francii, kam jej dodáváme do pařížských podniků.

VEDLE ČERVENÉHO KAVIÁRU JE STÁLE VĚTŠÍ POPTÁVKA PO DRAHÉM ČERNÉM KAVIÁRU Z JESETERA A BELUGY.

Nevím, kolik desítek milionů korun ve- řejných financí bylo vykázáno na kam- paň na podporu konzumace českých ryb. Nicméně, nebýt akcí typu „Český kapr“ Asociace kuchařů a cukrářů ČR, ani bych nepostřehl (a určitě ne proto, že bych se tím nezabýval), že někdo pro podporu konzumace tuzemských ryb skutečně něco dělá. Dokonce znám jed- noho jihočeského „Dona Quijota“, kte- rý o uplatnění tuzemských ryb v gas- tronomii přednáší na odborných ško- lách a na Jihočeské univerzitě v Čes- kých Budějovicích.

Mě jako rybáře totiž strašně mr- zí, pokud naše ryby a rybí pro- dukty nejsou v České republice na jídelničních restaura- cí a hotelů. Jak jsi už nazna- čil, základy gastronomie externě učím i na vysoké škole, na katedře Rybář- ství. Vysvětluji tam rybář- řům, co hotelové a restaura- ční kuchyně potřebují, aby moh- ly české, moravské a slezské ryby fi- gurovat v jejich repertoáru. Letos jsme proto ve firmě Lesy Hluboká nad Vltavou začali produkovat výrobky, které se v rámci soutěže „Regionální potra- vina“ dostaly hodně vysoko. Především je to Tatarský biftek z kapra, který je čím dál oblíbenější v hotelích vyšší kategorie a ve špičkových restauracích. Vyrábíme



i Kapra Casanovu – vařené marinova- né kapří maso. Má dietní, pěkně okoře- něnou, slabě kyselou, a přitom jemnou chuť. Kapra Casanovu i Tatarský biftek z kapra dodáváme ve 100 až 150g vaku- ovém balení. Casanovu s cibulkami a ka- pari, a doporučujeme k němu náš červe- ný kaviár. Podává se studený. Je vhod-

ný na rauty nebo jako lehká dietní ve- čeře či oběd.

Vaše středisko, které se zabývá výro- bou lososového kaviáru parametrů Bio, zajišťuje i atraktivními zvěřino- vými recepturami vyhlášený catering.

Ano, a s ním spjaté služby pro naše středisko myslivosti, které realizuje ho- ny (hlavně) na bažanty a divoké kachny. Pro firmy a další skupinové zákazníky pak na našich loveckých chatách na Hlu- boké zajišťujeme různá školení a incen- tivní programy a samozřejmě catering sestávající především z jihoče- ské kuchyně, ze zvěřiny, rybích výrobků a našeho kaviáru.

Ing. Eduard Levý,
mobil: 724 516 239



S Romanem Vacho se setkáváme 29. října 2010 v Praze v Grand Hotelu Bohemia den poté, co náš prezident Václav Klaus na Pražském hradě předal státní vyznamenání.

Včera jsem pana prezidenta pečlivě poslouchal. Jeho projev byl velmi inspirativní.

Cestou na naše setkání jsem si uvědomil, že v roce 1975 jsem v tomto hotelu za Prašnou bránou bydlel. To když jsme coby učňové klánovického učiliště zabezpečovali akci na Pražském hradě. Co mne tehdy v tomto hotelu šokovalo, že když jsme odpoledne měli volno a vyběhli do Prahy (všichni jsme byli mimopražští), rondony a kalhoty nechali poházené po pokoji, poté, co jsme se vrátili, měli jsme je vyžehlené, pověšené na ramínkách a naleštěné boty. Takže na tenhle hotel vzpomínám strašně rád.

Kromě toho, že se od té doby mnohé změnilo, perfekcionismus mu zůstal. Dokládá to i to, že mu WORLDHOTELS v roce 2008 udělil „Performing Excellence Awards“ a vyhlásil jej celosvětovým vítězem a jedničkou v regionu Evropa, Střední východ a Afrika. Romane, kde nyní působíš?

V regionálním cestovním ruchu. Má obrovskou perspektivu a v Česku obzvlášť velký růstový potenciál. Vrátil jsem se do karlovarsko-ústecké oblasti. Do trojzemí, protože Klínovec je na hranici Karlovarského kraje, Ústeckého kraje a Saska. S naší firmou, kde jsem společníkem, budujeme hotelový řetězec 3star activity hotels***. Těžíme ze zdejšího investičního boomu a ze znovuobjevo-



JESTLIŽE JSME
NA HORÁCH,
A NA JÍDELNÍM LÍSTKU
BY NEBYL ANI KOUSEK
ZVĚŘINY, AŽ UŽ DANČÍ
NEBO KANČÍ ATD.,
ZKRÁTKA ZVĚŘ, KTERÁ
SE V KRUŠNÝCH HORÁCH
LOVÍ, BYLO BY TO ŠPATNĚ.

Z regionální kuchyně Romana Vacho

Roman Vacho

Jsmo přesvědčení, že ubytovací kapacitu, která je v Krušných horách převážně v malých penzionech, je potřeba doplnit. Naše hotely, zejména Star 1 a Star 2, jsou díky architektovi Mojmiru Rannému zajímavou záležitostí. Skloubil v nich ráz horských chalup s nadčasovým moderním interiérem, a máme stavební povolení na další hotel Star 3 se šedesáti pokoji a mnoha možnostmi pro relaxaci i pro kongresovou turistiku. Hotely Star 1-5 se nacházejí v srdci lyžařského střediska Klínovec a kromě kvalitního ubytování a stravování nabízejí rozsáhlou nabídku doplňkových služeb. Vše podřizujeme našemu motto: Aktivní zábava a relax na horách.



vání krás přírody a turistických atraktivit tohoto drahokamu na náhrdelníku pohorí obepínajících Českou republiku, obrozenských Krušných hor a jejich podhůří.

Bezsporu drahokamu, odkud nechal císař Karel IV. vozit polodrahokamy na Karlštejn na výzdobu kaple sv. Kříže. Když

už zmiňuji tento zlatoskvoucí skvost zdobený krušnohorskými drahými kameny, co tvé zlaté kuchařské ručičky?

Pravděpodobně každý, kdo cestuje po Česku, se setkává s tím, jaké zběsilosti se kde objevují. V regionech si nezřídka hraje me na mezinárodní kuchyni, a zapomínáme na klasiku. V Čechách na českou, ve Slezsku na slezskou a na Moravě na moravskou regionální kuchyni a tradiční lokální gastronomické speciality. Proto menu našich hotelů vychází z regionální krušnohorské kuchyně. Jestliže jsme na horách, a na jídelním lístku by nebyl ani kousek zvěřiny, ať už dančí nebo kančí atd., zkrátka zvěř, která se v Krušných horách loví, bylo by to špatně. Jídla, jako kuřecí steaky se zapečeným sýrem a broskví, které host vidí skoro v každé hospodě, nepomáhají vůbec ničemu. Hlavně ne image regionu. K té nepatří „jenom“ dobré silnice, kvalitní hotely, ale i kuchyně, která osloví. Vynikající kančí steak, rovná se nezapomenutelný zážitek, kvůli kterému host přijede znovu a znovu. Pokud mu podám lososa na bazalce, asi mu v budoucnu nepřipomene, že byl v Krušných horách. Dobře upravený pstruh z našich horských

bystřin, křupavý bramborák nebo kyselo se sušenými houbami pravděpodobně ano. Odborníků na regionální kuchyni je strašně málo, a tak je dobře, že Asociace hotelů a restaurací ČR, Asociace kuchařů a cukrářů ČR i CzechTourism v tomto směru dělá spoustu užitečných kroků.

Zmínil jsi klánovickou Střední školu hotelnictví a gastronomie SČMSD. Takže co kuchařský dorost?

Že by se mladí lidé hrnuli do praxe? To moc ne. Raději jdou na vysokou školu. Studenti hotelových škol mají pouze jeden den praxe v týdnu. Čtyři jednotlivé dny v měsíci



jsou pro získání praktických dovedností a návyků, aby se naučili vařit atd., málo. Hotelové školy by se měly daleko víc zaměřit na praktickou stránku výuky. Když jsi vzpomněl Klánovice, tehdy jsme tam měli měsíc školu a měsíc praxi. A když jsme v rámci Českého svazu spotřebních družstev měli praktickou výuku v některém z jeho středisek, ať už to bylo Zvíkovské podhradí, Živohošť nebo restaurace a hotely v Praze, a střídali jednou plac, jednou kuchyni, měli jsme během čtyř měsíců v roce šanci pro své profesní uplatnění v životě hodně získat.



Hovoří se o společném projektu Oberwiesenthal – Klínovec, že by Klínovec a Fichtelberg měla spojit lanovka.

Už je to vyprojektované, „jen“ definitivně „přiklepnout“ peníze z Evropské unie. Nicméně hned u našich hotelů pod Klínovcem začínají dvě lanovky. Víím, že se tu budou stavět další na jáchymovskou i na oberwiesenthalskou stranu. Budování turistické infrastruktury v regionu, ať to jsou naučené okruhy nebo značené trasy Klubu českých turistů, cyklotrasy a hipotrasy, to vše jsou oblasti, které je třeba skloubit. Jestliže byly Krušné hory vnímány jako doména zimní rekreace, dnes už konečně někomu došlo, že léto a tzv. jarní a podzimní mimosezóny jsou delší než zimní sezona a že je potřeba investovat i do toho, aby se náš mikroregion, který dal světu atomový věk a dolar, mohl stát centrem soustředěného cestovního ruchu po celý rok, a ne pouze v zimě. A nejen kvůli Němcům a Holanďanům, kteří teď v Krušných horách dominují. Domácí potenciál je cca pět milionů lidí, kteří jezdí na dovolené. A jestliže v souvislosti s hlavním tématem tvého časopisu pro podporu průmyslu cestovního ruchu hovoříme o trendech v gastronomii, tak i trendy trávení dovolených se mění. Lidé spíše než na jednu nebo dvě za rok jezdí na pět šest kratších. A tomu je radno vyjít vstříc nejen v Krušných horách, ale ve všech regionech České republiky. ■

»» www.3star-hotels.cz

3star
activity hotels



Česká lyžařská sezona 2010/2011

V pražském hotelu Jasmín se 10. listopadu 2010 konala tisková konference k nastávající lyžařské sezoně na českých horách. Ta bude bohatá na novinky. Celkové investice v nich před zimní sezonou dosáhly zhruba 1,5 miliardy korun. Staví se 9 lanových drah, z nichž 3 vznikají ve zcela nových střediscích. Mnozí provozovatelé pořídili nové stroje na úpravu tratí a systémy zasněžování. Výjimkou už nejsou ani dětské parky s pojízdným kobercem či lyžařským kolotočem. Snowboardisty přivítají nové snow parky s terénními prvky a sněhovými překážkami. V řadě areálů je lyžařům k dispozici slalomová trať měřená profesionální časomírou.

Nejvíce, 51 subjektů, obsadilo dvouhvězdičkovou kategorii a 9 obdrželo jednu hvězdičku.

Loni pak začala spolupráce mezi Svazem provozovatelů lanovek a vleků ČR a Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Ministerstvo horský byznys nevnímá jako okrajovou část cestovního ruchu, ale jako jednu z jeho nosných součástí. Svaz provozovatelů lanovek a vleků ČR zároveň prohloubil spolupráci se Svazem obchodu a cestovního ruchu. ■

»» www.holidayinfo.cz

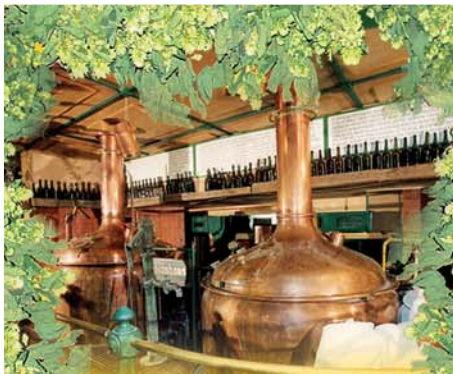
»» www.czechtourism.com

»» www.splv.cz



Svaz provozovatelů lanovek a vleků letos třetím rokem, ve spolupráci se společností Sitour, hodnotil vybavenost ski areálů. Posuzoval užitnou, technickou, doprovodnou a ostatní vybavenost; služby klientům a bezpečnost uživatelů ski areálů. Kategorizace se zúčastnilo 129 subjektů. Z nich 12 se umístilo v nejvyšší pěti hvězdičkové kategorii, 12 ve čtyřhvězdičkové. 44 získalo tři hvězdičky.





NOVOMĚSTSKÝ PIVOVAR

Novoměstský restaurační pivovar je ojedinělou **gastronomickou raritou** v centru Prahy

Celková kapacita je **400 míst** v atraktivních rozsáhlých prostorách.

Vlastní výroba **11° piva** – kvasnicový nefiltrovaný světlý a tmavý ležák

Prohlídka pivovaru s odborným výkladem



Vynikající **typicky česká** a mezinárodní kuchyně

Pivní večery s živou hudbou

Bohatá nabídka **menu** pro turistické skupiny



Otevřeno denně

Po–Pá 10.00 – 23.30

So 11.30 – 23.30

Ne 12.00 – 22.00

Novoměstský pivovar s.r.o.

Vodičkova 20, 110 00 Praha 1

tel./fax: 222 232 448,

222 231 662, 602 459 216

e-mail: sales@npivovar.cz

www.npivovar.cz



Poezie staročeských Vánoc

BLÍŽÍ SE KONEC ROKU, A TAK VÁS ZVEME DO RŮZNÝCH KOUTŮ NAŠÍ VLASTI
ZA KOUZLEM PRAVÝCH STAROČESKÝCH VÁNOC.

V prostředí ostravského velkoměsta, blízkých Kozlovicích a nově Václavovicích se koná mezinárodní festival adventních a vánočních zvyků, koled a řemesel SOUZNĚNÍ, u jehož zrodu stála před jedenácti lety významná historická událost. Pro rok 1999 byla vybrána Česká republika za dárcе vánočního stromu do Vatikánu pro Svatého otce, a k reprezentaci Ostravsko-opavské diecéze a beskydského kraje, odkud strom pocházel, soubor Valašský vojvoda z Kozlovic. V přímém přenosu vatikánské televize sledoval celý svět, jak pásmo koled muzikantů a zpěváků z Valaška rozezvučelo obrovský prostor Svatopetrského náměstí, uprostřed něhož náš prezident Václav Havel slavnostně rozsvěcel pětadvacetimetrový smrk z Lúčky na Morávce. Od té doby se pořádá poslední adventní víkend na několika místech Moravskoslezského kraje festival Souznění. Po čtyři dny, od čtvrtku do neděle 16.–19. 12., nabídné koncerty a představení v různých kostelech, koncertních sálech a exteriérech i Vánoční jarmark se zvykoslovným programem v Kozlovicích. Festival vyvrcholí nedělním galakoncertem v Domě kultury města Ostravy.

Za poezií staročeských Vánoc se všemi lidovými obyčejí v prostředí krásné lidové architektury zajedte do Valašského muzea v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, kam vás zve jeho ředitel Vítězslav Koukal: „5. prosince 2010 máme v Dřevěném městečku tradičně Mikulášský podvečer s nadílkou. Hned po svatém Mikuláši se konají pořady pro tisíce školáků ve Valašské dědině. Děti chodí od chalupy k chalupě a poznávají staré vánoční zvyky: v jednom ze stavení se peče a zdobí perník, v jiném pečou vánoční oplatky, v dalším odlévají olivo, svíce a podobně. V Dřevěném městečku

jsou také velké Vánoční trhy, kam se sjíždí kolem sta výrobců a prodejců vánočního zboží a ozdob, hraček, betlémů z Moravy, Čech, Slovenska i Polska. Před Štědrým dnem hrajeme lidovou vánoční hru o narození Krista Živý Betlém, kterou napsal podle Evangelia sv. Matouše ještě za svého života pan doktor Štika. Na Štěpána je v kostele sv. Anny vánoční koncert a 28. prosince Vánoční mše svatá.“



Také ve Středočeském kraji, v Říčanech nedaleko Prahy, se pořádá festival adventních a vánočních tradic nazvaný ADVENTNÍ PROZPĚVOVÁNÍ. Letos je soustředěn do čtyř dnů, počínaje koncertem v sále U Labutě a zpěvem koled u vánočního stromu na říčanském náměstí první adventní neděli 28. listopadu. Tento festival pamatuje na ty, kteří nemají to štěstí prožít vánoční svátky se svými rodinami a blízkými. „Výtěžek festivalu je pravidelně odeslán na konto celonárodní sbírky Pomozte dětem!“ říká ředitelka festivalu Iveta Sinkulová. „Doufáme, že i náš letošní příspěvek pomůže tam, kde je pomoc potřeba.“

Připravila Vlasta Cibulová

Folklorní sdružení ČR

Senovážné nám. 24, 116 47 Praha 1

tel.: 234 621 218, fax: 224 214 647

e-mail: foscr@adam.cz

» **www.folklorisdruzeni.cz**

Autoturist jde s dobou



S ředitelem Autoturistu Ing. Petrem Tiefenböckem jsem spolupracoval již u prvního vydání nového časopisu, který na veletrhu GO v Brně v lednu 2001 křtili pan poslanec Josef Jalůvka a generální ředitel Českých drah Dalibor Zelený starým zachráněným jménem Všudybyl. Ostatně i díky této konstelaci se nám o několik let později podařilo uvést v život oblíbený autovlak Jadran Expres do Splitu, který loni po pěti letech dojel na to, že místo toho, aby vozil platící pasažéry, stal

se nástrojem proradostňování zaměstnaneckých benefitů „modré armády“. Petře, čím to, že jsi autovlaky zredukoval na auta?

Jsou životní výzvy, které se neodmítají, a jedna z českých renomovaných cestovních kanceláří, Autoturist, s třiadvacířetiletou tradicí, pro mne takovou výzvou určitě je. Ostatně, na rozdíl od železničářů, se mototuristé nevozí gratis, a proto je tato cílová skupina pro firmu orientující se na zájezdy určitě atraktivní.

**NABÍDKU ZIMNÍCH A WELLNESS POBYTŮ
DĚLÁME DÍKY INTERNETU VÝHRADNĚ ON-LINE,
PROTOŽE JI INDIVIDUÁLNÍ KLIENTELA STÁLE
ČASTĚJI VYHLEDÁVÁ.**

Ing. Petr Tiefenböck

Autoturist vznikl v roce 1967 jako cestovní kancelář Ústředního Automotoklubu ČR, člen FIA. Dnes je akciovou společností. Po r. 1990 se obě organizace profilovaly samostatně, avšak jejich spolupráce v rámci kapitálové skupiny ÚAMK/ABA trvá. Prostřednictvím ÚAMK je Autoturist napojen i na činnost Automotoklubu ÚAMK ČR a má přístup k celosvětovému okruhu mototuristických aktivit v rámci FIA, s jejími více než 160 miliony členy. V současnosti je společností s 66 mil. Kč akciového kapitálu, deseti pobočkami a zhruba třemi sty autorizovanými prodejci. Kromě standardní nabídky zájezdů jako jediná cestovní kancelář v Česku poskytuje specializované služby motoristům.



Jaká byla pro Autoturist letní sezona 2010?

Stejně úspěšná jako loňská. Orientujeme se totiž hlavně na individuální cestovatele. Své destinace volíme tak, aby tam bylo možné dojet automobily a motocykly, byť ani to už dnes úplně neplatí, protože nabízíme i letecké zájezdy do Bulharska. Novinkou byl projekt „Zpátky do východního Německa“ - pobyty u Baltického moře, které v minulém roce zaujaly a které budeme dále nabízet, zřejmě jako jediná cestovní kancelář v Česku.

Začíná lyžařská sezona.

Nabídku zimních a wellness pobytů děláme díky internetu výhradně on-line, protože ji individuální klientela stále více vyhledává. Podporou tohoto

Outgoing:

- zájezdy především do zemí dostupných individuální dopravou;
- zprostředkování služeb v zahraničí;
- zajišťování služeb business travel;
- zájezdy na autosalony, motoristické podniky GP, Rallye, Formule 1 apod.;
- tranzitní ubytování.

Incoming a domácí cestovní ruch:

- zájezdy v Česku pro skupiny a jednotlivce;
- lázeňské, letní u vody a zimní lyžařské pobyty;
- incentivní programy, kongresy, teambuilding,
- školní akce, lyžařské kurzy, poznávací zájezdy.

Ostatní služby:

- vystavování a prodej motoristických dokumentů ÚAMK a FIA;
- prodej dálničních kuponů Česko, Slovensko, Rakousko, Slovinsko, Švýcarsko;
- prodej cestovního pojištění a pojištění motorových vozidel;
- prodej vstupenek na sportovní a kulturní akce;
- prodej zboží souvisejícího s autoturistikou;
- prodej autobusových jízdenek;
- podávání autoturistických informací a příprava cestovních itinerářů;
- celní carnety CPD;
- kempingové karty CCI;
- letenky.

Vlastní hotelová zařízení ve skupině:

- Motel OASA - Opava
- Hotel Panoráma - Orlická přehrada
- Hotel Fontána - Lipenská přehrada

distribučního kanálu je i náš letošní projekt www.unitedtravel.cz. Zkrátka, doba patří elektronickým médiím, a Autoturist s dobou jde. ■

»» www.autoturist.cz


autoturist
cestovní kancelář

 unitedtravel

 ÚAMK

S výkonnou ředitelkou cestovní kanceláře EXIM tours Romanou Slížkovou se setkáváme 3. listopadu 2010.

Paní ředitelko, osmé vydání Všudybylu informovalo o tom, že jste začátkem letošního léta za cestovní kancelář EXIM tours převzala ocenění Hospodářské komory ČR „Krizi navzdory“.

Projekt „Krizi navzdory“ byl velmi přínosný. Přihlásilo se do něj téměř půldruhé stovky firem. Hodnotilo se to, jakým způsobem se kdo vyrovnal s celosvětovým hospodářským útlumem, odstartovaným finanční a hypoteční krizí. Některé firmy v této době stagnovaly nebo i ztrácely, a jiné zůstaly na svém nebo rostly. Analyzovalo se, čím to, že se s touto situa-

Romana Slížková

Při sestavování katalogu Léto 2011 jsme si dali hodně záležet. Upravili jsme nabídku ve stávajících destinacích a rozšířili ji o nové. Poslední dobou klienti kupují spíše dražší zájezdy, protože chtějí vyšší kvalitu, lepší služby. Poptávka je po čtyř a pětihvězdičkových hotelích se službami all inclusive.



ci úspěšně vyrovnaly. EXIM tours byl vyhlášen nejen nejlepší firmou ve své kategorii, ale i absolutním vítězem. Důvodem bylo, že jsme se hospodářské stagnace nezalekli, nevzali zpátečku a vyšli s novinkami. Že jsme udělali kroky, ke kterým se konkurence neodhodlala. Dali jsme na trh relativně drahé produkty v oblasti exotiky a do nabídky zařadili daleko víc luxusních hotelů. To se EXIM toursu vyplatilo, protože i v době poznamenané mediálně vybičovanou psychózou, jak moc je a ještě bude zle, a jejím důsledkem – odkládanou spotřebou, kdy řada touroperátorů výrazně snižovala objemy svých charterových letů, jsme si podrželi téměř kompletní sedačkovou kapacitu, kterou jsme pak byli s to plně pokrýt poptávku po leteckých zájezdech. A to navzdory tomu, že průměrná cena našich zájezdů stoupla. Dalším důvodem bylo, že jsme svoji energii ještě intenzivněji napřeli na racionalizaci vnitřních procesů. Tedy nikoliv na úkor produktu nebo dokonce klientů, ale na administrativu a další zdokonalení našeho úžasného on-line rezervačního systému, kdy jsme během tří let dokázali, že jej používá 95 % provizních prodejců. Říkají, že je nejpřehlednější a uživatelsky nejprátelejší, a vůbec nejlepší, jaký v České republice existuje. A mám z toho obrovskou radost, protože jsem se podílela na jeho vývoji. Velkou změnou prošly

Nový katalog EXIM tours Léto 2011

i naše webové stránky, které jsou jako jediné na českém trhu skutečně online. Rezervuje-li klient svůj zájezd, vstupuje de facto do našeho rezervačního systému a rezervuje reálně existující místa jak v letadle, tak i v hotelu.

Jak vám jde prodej exotických zájezdů teď?

EXIM tours udržuje pozici největšího organizátora zájezdů do exotiky na českém trhu. Podle statistik pokrýváme 80% charterového, a dá si říci, že i celého trhu exotickými zájezdy, protože ostatní, včetně těch na pravidelných linkách, reprezentují zbývajících cca 20%. Klientům nabízíme stálíce, jakými jsou Kuba, Mexiko, Dominikánská republika, Isla Margarita. Máme tam i Costa Ricu, El Salvador, okruhu po Jižní Americe apod. Novinkou, kterou jsme letos zavedli, je přímý charterový let do Keni, o který je skutečně velký zájem. Máme nejen pobytové zájezdy u moře a oceánu, ale klienti mají možnost navštívit v různých délkách safari, a poznat tak přírodu a vidět divoká zvířata.

EXIM tours byl inzerentem v prvním vydání prvního ročníku nového Všudybylu v roce 2001 a je jím i v tomto stém vydání (desátém vydání desátého ročníku), které vyjde v době, kdy už bude venku nový katalog EXIM tours Léto 2011.

Spolu s novým katalogem otevíráme další novou destinaci, kterou budeme mít exkluzivně jak na českém, tak na slovenském trhu, a to Maroko. Avšak ne Agadir – rozbořený Atlantský oceán, ale tu jeho část směrem ke Středozemnímu moři, tzn. příjemné koupání, krásné pláže, výborné all inclusive hotely (které rovněž nejsou v Maroku běžné), doplněné nabídkou poznávacích zájezdů. Zůstává nám oblíbené Řecko; Bulharsko; Španělsko – Costa Brava, Costa del Sol, Mallorca; Turecko – nově i s lety do Izmiru a následně s pobyty v Cesme a Kusadası (zůstávají Bodrum a Antalya); Itálie – Kalábrie, Sicílie, Sardinie; Kypr; Tunisko – Djerba i pevnina; Spojené arabské emiráty; Malta; Egypt – Taba, Sharm El Sheikh, Hurghada včetně nejjihnější části, Marsa Alam, kde jsme rovněž velmi spokojeni. Tam jsme loni v březnu začali opeřovat přímý charterový let (v té době jako



EXIM tours
cestovní kancelář



jediní na českém trhu). Předtím už tam si ce byly pokusy, a nám to vyšlo tam, kde jiní neuspěli. V Egyptě zachováváme nejširší, velmi zajímavou nabídku poznávacích zájezdů. Máme tam vynikající delegáty, což potvrzují ohlasy klientů. Další novinkou je nabídka aktivní dovolené a kluby

JAKO JEDINÍ JSME VE SPOLUPRÁCI S POJIŠŤOVNOU GENERALI NA ČESKÝ TRH UVEDLI POJIŠTĚNÍ PROTI PŘÍRODNÍM KATASTROFÁM, EPIDEMIÍM A ŽIVELNÝM POHROMÁM.



zaměřené na děti. Nazvali jsme je Mango kluby, protože jim nabízejí akční dovolené plné šťávy a kamarádů. Ve vybraných hotelech se o celodenní program dětí budou starat čeští animátoři. Budou pro ně organizovat hry, soutěže, výlety apod. Rodiče tak budou moci své děti nechat vyřádit se s ostatními a věnovat se dospěláckým programům nebo sami sobě.

Jako jediní jsme ve spolupráci s pojišťovnou Generali na český trh uvedli nový produkt, pojištění proti přírodním katastrofám, epidemiím a živelným pohromám. Pokud se na tato rizika klient připojistí a taková situace nastane, např. erupce sopky zastaví letecký provoz, pojišťovna hradí storno z tohoto důvodu.

A ještě se, prosím, paní ředitelko, zmiňte o bonusových programech EXIM tours.

Svých klientů si nesmírně vážíme. Uplynulý průběh roku prokázal, že pokud jsou spokojeni a cestovní kancelář jim poskytuje dobré služby odpovídající ceně, kterou zaplatili, tak se k ní opakovaně vrací. Pokud obdobný zájezd, byť o tisíc korun levnější, deklaruje menší cestovní kancelář, uvědomují si daleko větší rizikovitost takového nákupu, než když se rozhodnou pro EXIM tours. Pro věrné klienty máme bonusový program. Zavedli jsme systém zákaznických karet přímo propojených s naším rezervačním systémem. Klientům se na karty nabíjí všechny jimi zakoupené zájezdy. Z titulu této



karty zvýhodňujeme nejen klienty, kteří si zájezd přijdou koupit s předstihem, ale i ty, kteří jej koupí na poslední chvíli, protože např. z nějakého důvodu nemohou dlouhodobě plánovat své volno. Všem načítáme investované prostředky a jisté procento jim vracíme ve formě slevy, kterou mohou čerpat na jakýkoliv zájezd, který si u nás zakoupí. Ti, kteří si svůj zájezd zakoupí v rámci first minute nabídek, k tomuto finančnímu bonusu ještě získají slevu až 12% anebo bonus dítě zcela zdarma. K dnešnímu dni máme vydáno víc než sto padesát tisíc zákaznických karet, a každým dnem přibývají. Karty klienty opravňují nejen k výhodnějším nákupům našich zájezdů, ale i ke slevám u smluvních partnerů EXIM tours, např. v obchodech se sportovními potřebami, v hotelech v České republice apod. ■

»» www.eximtours.cz



Paměť na minulost,

aniž bychom měli písemné záznamy, nesa-
há dál než k vyprávění našich babiček a dě-
dečků. K časům jejich rodičů či prarodičů.
Hodnověrnou informací pozvolna překrý-
vá fantazie vypravěče. Také o svých před-
cích zpravidla máme povědomí tři, výji-
mečně čtyři generace zpátky. Byl-li někte-
rý z prapředků něčím mimořádný, nepsa-
ná paměť o něm trvá nejvýše sedm genera-
cí, 150–170 let do minulosti. Již v průběhu
této doby však jeho historická stopa nená-
vratně mizí. Svědectví předávané z poko-
lení na pokolení se mění v báji. Dávné dě-
je se překrývají novějšími. Mohl být takto
zapomenut tzv. Přemysl, legendární zakla-
datel dynastie českých panovníků raného
středověku, nebo vždy „žil“ jen v mytic-
kém podání jednoho z rodů Bohemie?

Kristiánova legenda

z konce 10. století je považována za první
písemnou zmínku, která připomíná „...vel-
mi prozíravého a rozvážného muže, kterýž
se orbou polí zabýval, jménem Přemysla,
podle výroku hadačky knížetem nebo vla-
dařem si ho ustanovili ...napříště po onom
jmenovaném knížeti z jeho potomků sobě
vladaře neboli vévody v čelo stavěli...“. Kdo
byl však autor legendy a odkud čerpal in-
formace? Převládá názor, že Kristián moh-
l být synem knížete Boleslava I. a žil asi
v l. 935-995. Údajně se narodil v předve-
čer vraždy sv. Václava. Proto se mu říkalo
Strachkvas a jako druhorozený (či jako po-
kání za otcovu vinu?) byl předurčen pro cír-
kevní dráhu. V klášteře sv. Jímrama v Řez-
ně přijal řeholní jméno Kristián (Christian)
a stal se vzdělaným mnichem. Panují také
domněnky, že Boleslav pro něho hodlal zís-
kat pražský biskupský úřad. Záměr však
nedošel naplnění a Kristián dožil v Břev-
novském klášteře. Pokud patřil k vládnou-
címu rodu, nejspíš již v dětství mohl slyšet
příběh o založení hradu jménem Pra-
ha a povolání Přemysla na knížecí stolec.
Uvedeným okolnostem vděčíme, že struč-
né legendární podání zachytil psaným slo-
vem v jazyce západního křesťanství, v lati-
ně. Takto ve 2. polovině 10. století uchoval
svědectví, do té doby tradované jen v úst-
ním podání. Teprve až Kosmas počátkem
12. stol. rozvedl jeho příběh o Přemyslovi
do košaté formy literárního díla, které na-
bylo mytický rozměr. Kristiánův a Kosmův
Přemysl se však zásadně liší. Mnich jej zná
ještě z živého vyprávění, zato Kosmas o ví-
ce než sto padesát let později čte Kristiáno-
vu legendu a přičinil se o její doplnění. Kde
získal nové – podstatně detailnější – údaje,
nevíme. V Kosmově době z vyprávění star-
ců nejspíše již nepocházely. Původ jeho in-
formací je neznámý či obestřený záhadou
tzv. ztraceného manifestu. K úvahám o his-
torické osobě tzv. Přemysla proto nehledej-
me oporu v Kosmově kronice, podle které



Počátky naší státnosti 12 Zapomenutá hrobka

Ize vročit Přemysla Oráče cca k roku 700
n.l. Podstatnější je, kam sahá reálná paměť
původního Kristiánova podání. Za před-
pokladu, že Kristián se narodil kolem ro-
ku 935, uchovaná paměť čtyř generací je-
ho předků sahala cca k roku 850, bezpečně
do druhé poloviny 9. století.

K letům po roce 870

zapadá i nejstarší a stále ještě nedoceně-
ný dokument, v němž můžeme identifi-
kovat jméno a osobu tzv. Přemysla. Zápis
v „pamětní knize“ Aquilejského klášte-
ra, tzv. Evangelia z Cividale, zachycuje jméno
vládce Moravy, knížete Svatopluka (*Suenti-
pulo*), a patrně i jméno jeho nejstaršího sy-
na ve tvaru *Predezlaus*. Možná by na zápisu
nebylo nic výjimečného a nejspíš by se nám
ani nedochoval, pokud by o něj ve 14. stole-
tí neprojevil vážný zájem římský císař a če-
ský král Karel IV. Jemu vděčíme za záchranu
a převezení několika mimořádně hodnot-
ných stránek z Evangelia sv. Marka ze sever-
ní Itálie do Prahy. Především pak té s uve-
deným jménem *Predezlaus*. Karel IV. se po-
važoval za legitimního pokračovatele linie
rodu sv. Václava a náruživě se zajímal o mi-
nulost Českého království. Patrně proto vě-
noval tolik pozornosti listině, připomínající
asi samotného zakladatele přemyslovské-
ho rodu. Jméno **Prede**-slav cosi naznačuje;
byl přední – první, latinsky **Primi**-zlau či
Premi-zlau. Koncovka „av“ v latině přechá-
zí ve zdvojenou samohlásku „au“, přičemž
„v“ při vyslovení zaniká. Jméno slyšíme ja-
ko Premizl a takto je i zaznamenáno v la-
tinsky psané Kristiánově legendě. Primiz-
la pak najdeme v Kosmově prepisu. Prede-
slav či tzv. Přemysl, jak okolnosti naznačují,
bude nejspíš jedinou osobou. Zápis z klášte-
ra v Aquilei tak nedokládá pouze Přemyslo-
vu pokrevní vazbu k moravským panovní-
kům, ale v historických souvislostech také

autentické jádro legendy o zakladateli vlád-
nouchu rodu zemí Čech a Moravy, o „prv-
ním z prvních“. Tato úvaha by snad ještě
neopravňovala ztotožnit Svatoplukova sy-
na Predeslava s Kristiánovým Přemyslem,
nebyť další závažné okolnosti.

Císař Karel IV.

byl také jedním z nejvýznamnějších pod-
porovatelů uctívání křesťanské památky
sv. Václava. K jeho slávě dal nad hrobem
zbudovat honosnou kapli, srdce velkolepé
výstavby gotické Svatovítské katedrály. Pa-
novník, který tolik dbal o duchovní symbo-
liku i svůj přemyslovský původ, by byl jistě
překvapen, co se po staletí ukrývá po boku
světova hrobu. Dříve na místě kaple stáva-
la rotunda sv. Víta. Do okrouhlé lodi koste-
la dal kníže Boleslav I. vestavět jižní apsidu
a sem přenesl ostatky bratra Václava. Vědo-
mé (?) se vyhnul místu před kněžištěm, kde
dva hroby patrně již byly. Jejich význam zdá
se respektovat, tehdy možná ještě žilo pově-
domí, komu patří. Avšak vyměnění rodové
linie Boleslavovců (Boleslavem III.) a v ná-
stupnické krizi 11. stol. oba dávné hroby
upadly v zapomnění. Jistě se na tom podílel
i sílící kult sv. Václava a poutní význam sva-
továclavské hrobky. Po roce 1060 za knížete
Spytihněva II., při přestavbě starého kostela
na prostornější románskou baziliku sv. Víta,
o hrobech položených vedle hrobky sv. Vác-
lava již nikdo nevěděl. Jeden z hrobů byl do-
konce základy Spytihněvovy baziliky znač-
ně porušen. Až takřka po tisíci letech, v roce
1913 při dostavbě katedrály, došlo k překva-
pivému objevu. V úvodu rekonstrukce Sva-
továclavské kaple byl proveden důkladný
archeologický průzkum. Stavitel K. Hilbert
pod gotickými podlahami ze 14. století od-
kryl nejen základy nejstarší rotundy, ale ta-
ké dva dosud zcela neznámé hroby. Protože
nálezci nemohli určit jejich původ, označili

je pouze písmenem „K“, kníže 1 a 2. Situování hrobů uvnitř předrománské stavby zákonitě vyvolalo rozruch, muselo se jednat o významné jedince z počátků přemyslovského státu. Objevily se úvahy, že jeden z pohřbů lze přisoudit prvnímu historicky doloženému knížeti Bořivojovi. Teorie získala na významu, když ostatky prozkoumal světově uznávaný antropolog E. Vlček. Ten zjistil pozoruhodnou shodu ostatků z hrobu K1 s jiným významným jedincem, tentokrát na Moravě, z hrobky zaniklého kostela velkomoravského stáří v Uherském Hradišti - Sadech. Tamní nález označený číslem 12 je některými historiky ztotožňován s knížetem či králem Svatoplukem. Neboť již F. Palacký vyjádřil názor, že kníže Bořivoj mohl být Svatoplukovým příbuzným. Jistá genetická shoda obou kosterních nálezů by tuto teorii podporovala, ač rodová linie s Bořivojem je sporná a není obecně přijímána. Pokud však v hrobě spočíval jedinec v přímé pokrevní linii moravského Svatopluka, připadl by v úvahu jeho prvorozený syn, na strážce Cividalského evangelia zapsaný jako Predezlaus.

Mohl však v rotundě sv. Víta

spochýbnout tzv. Přemysl, bájný zakladatel dynastie českých knížat a prapředek sv. Václava? Založení kostela sv. Víta na Pražském hradě se tradičně přisuzuje knížeti Václavovi. Ten v roce 929 přijal od krále Jindřicha I. relikvii mučedníka sv. Víta a je-



mu zasvětil v pořadí třetí kostel knížecího hradu. Vystavěl však kníže Václav zcela nový kostel? Rotunda podle tvarosloví spíše vypovídá o východním - byzantském vlivu, který do Čech přišel na konci 9. století z moravského prostředí s působností arcibiskupa Metoděje. Pokud založení hradu Praha přiznáme Svatoplukovi, který ovládl vltavské břehy kolem r. 884, „velkomoravský“ kostel s okrouhlou lodí mohl vzniknout (či započít stavbu) právě tehdy. Misijní působení Byzantinců sv. Konstantina a Metoděje je patrné i na dalších církevních stavbách zakládaných za Svatoplukovy vlády v Čechách - rotundě sv. Klimenta na Levém Hradě a rotundě sv. Petra na Budči (možná do této skupiny patří

i první kostel v Hradci Králové, zasvěcený sv. Klimentu). Moravský panovník nechal v předhradí vystavět nejprve skromný kostelík Panny Marie. Centrální místo hradu však měl zaujmout dominantní kostel, rotunda neznámého zasvěcení. Bylo by jen logické, pokud by s ní spojoval také vznik biskupství. Zda po Svatoplukově smrti na jaře 894 zůstala nedostavěna, můžeme jen spekulovat. K jejímu poboření mohlo dojít i za protimoravského převratu při nastolení Bořivojova syna, knížete Spytihněva. Podle zjištění archeologů destrukce v této době potkala i nedaleký kostel Panny Marie. K obnově menšího kostela došlo záhy. Nákladnější rotunda na své vzkříšení možná čekala dalších pětadvacet let. To však nevylučuje, že uvnitř torza kostela mohly být hroby, z nichž jeden přináležel Svatoplukovu prvorozenému synovi. Tzv. Přemysl je postavou z Kristiánovy legendy; prozíravý muž, orač, povoláný vládnout z nově vystavěného hradu Praha, jenž založil vládnoucí dynastii knížat Bohemie. Zakladatelský akt je tudíž přisouzen nikoliv cizímu panovníkovi, ale jednomu z potomků, patrně lépe ukotvenému do českého prostředí. Pokud Predezlaus (nar. kolem r. 865) zemřel ještě před Svatoplukem (mezi 884-894), což je nanejvýš pravděpodobné, jeho pohřeb se uskutečnil v centrálním hradeckém kostele. Za vlády protimoravsky orientovaného Spytihněva poklesl i význam hrobů, který poté znali jen zasvěcení. Mezi takové bezesporu patřila kněžna Ludmila. Spytihněvova smrt v r. 915 umožňuje vzestup jejího vlivu. Matka nově nastoleného knížete Vratislava a vychovatelka kněží Václava možná apelovala na obnovu zaniklého kostela s význačným hrobem. Avšak připomínání moravské minulosti a vlivu „Metodějovy“ církve nebylo v souladu se zájmy vznikající Německé říše ani bavorského biskupství. Bohemie za knížete Vratislava byla již pevně zakotvena ve sféře vlivu římského episkopátu. Praha měla svého archiepiskopa, dosazovaného biskupem z Řezna. Zřetelným odklonem od byzantských vlivů je Vratislavem založená bazilika sv. Jiří, architekturou i zasvěcením příslušející již k západnímu křesťanství.

Stavba nového kostela

ve stylu „velkomoravské“ rotundy knížetem Václavem tak pozbývá smyslu, zvláště pokud měl být zasvěcen patronu saských křesťanů, sv. Vítovi (podobnost jména se slovanským Svantovítem nemusí být čistě náhodná). Václav nemohl s darem od krále Jindřicha I. příliš otálet a možná se mu naskytl i příležitost, jak uspokojit svého ochránce a současně naplnit přání zesnulé báby Ludmily. Od ní mohl vědět, že v ruinách kostela spočívá někdo z předků. Svého děda však kníže Václav neznal a patrně jej nepamatoval ani jeho otec Vratislav,

tzv. Přemysl přežíval pouze v legendárním podání vdovy Ludmily. Dostavba 35-40 let staré rotundy se jevila jako nejrychlejší a také politicky únosný akt v zájmu krále, proti kterému se nemohla postavit ani církev. Rok 929 tak nemusí být datem založení třetího kostela na Pražském hradě, ale záznamem jeho dostavby a nového vysvěcení. Důvod, že rotunda se v 10. a 11. století stala v Čechách tolik oblíbeným stavebním typem kostela, je pouze důsledek napodobování. Jednalo se přece o ústřední kostel knížecího hradu, po roce 976 také svatostánek pražského biskupa. S pohřby uvnitř Svatovítské rotundy v l. 929-976 lze uvažovat pouze u nejvyšších cír-



kevních představitelů, kterým byl např. archiepiskop. Někdy se uvažuje dokonce o místě posledního odpočinku bratrovraha, knížete Boleslava I., s manželkou. Pochybnost však vzbuzuje, že hrob významného knížete nebo vrcholného představitele církve by již v polovině 11. století upadl v naprosté zapomenutí. V obou případech to však vyvrací možná genetická spojitost s ostatky vysoce postaveného muže z moravského Veligradu, které lze přisoudit králi Svatoplukovi.

Hroby uvnitř kostela

spojené s moravskou anexí konce 9. století „zanikly“ s důslednou politikou latinské církve, velmi usilovně odmítající vliv Svatopluka a především moravského arcibiskupa Metoděje. Mocensky motivovanými vraždami kněžny Ludmily i jejího nevnuka Václava se uzavírá paměť na ještě nedávnou, ústně tradovanou minulost. Dílo tzv. Kristiána, který nejspíše patřil ke čtvrté generaci „Přemyslovců“, vyprávění předků vzácně uchovalo. Přemysl se však nenávratně mění v legendu a vznikají dějiny nové, tentokrát v zájmu a ke slávě Boleslavovců. Poté, co se Václavova hrobka stala poutním místem a rotunda sv. Víta biskupským kostelem, nebyla již vůle vzdvihoval památku legendárního zakladatele a patrně skutečného původce rodové linie knížat Bohemie. ■

Radek Míka

» www.e-vsudybyl.cz/pocatky-nasi-statnosti
» www.boheminiuz.cz



Výstavba
dřevěných
a zeleňových
domů
Stavíme
s kvalitou
a myslíme
na budoucnost

agroexpo
CZ GROUP

**Stavba rodinných
dřevěných domů**
**Výstavba zemědělských
a průmyslových staveb na klíč**



www.vipdom.cz
www.praginvest.eu
+420 608 127 107
Mattioliho 3274, Praha 10

Lionský klub LC Praha



Ve Lvím dvoře na Pražském hradě se 10. listopadu 2010 uskutečnila další z pravidelných akcí Lionského klubu LC Praha. Každé z deseti setkání, která se během roku konají, je tematické. Tentokrát bylo hlavním tématem cestování zaměřené na Asii. Prvním hostem a přednášejícím byl místopředseda Asociace českých cestovních kancelářů a agentur pan Tomio Okamura, který se zaměřil na porovnání specifik života v Japonsku a v Česku. Dalším významným hostem byl někdejší velvyslanec na Maledivách v Indii a na Srí Lance, který nastupuje

na post českého ambasadora v Austrálii, pan Hynek Kmoníček. Třetím hostem byl sinolog pan profesor Vladislav Dřínek, který v letech 1951 až 1955 studoval v Číně. A protože se několik členů LC Praha právě vrátilo z cesty po Asii, kterou organizovala cestovní kancelář ESO travel, bylo v následné diskuzi na co navazovat. Příjemný večer s poutavým programem připravili prezident LC Praha pan Tomáš Cikán, který je v této funkci od počátku letošního lionského roku, tedy od 1. září 2010, za vydatné pomoci tajemníka LC Praha pana Jaroslava Bartáka. ■



BonnieTYLER

POŘADATEL

GENERÁLNÍ PARTNER

FRANCOUZSKÁ RESTAURACE
v Obecním domě v Praze



MEDIÁLNÍ PARTNER



HOSTÉ:

OLGA LOUNOVÁ

&

DAVIDE MATTIOLI

16.12.2010

19:00

KONGRESOVÉ
CENTRUM PRAHA

PŘEDPRODEJ: WWW.TICKETSTREAM.CZ



Allowance

EXOTIKA od  EXIM *tours*[®]

novinka



Keňa

Vybíráme z nabídky

- Keňa ■ Kostarika ■ San Andrés ■ Mexiko ■ Peru
- Kapverdy ■ Dominikánská republika ■ Isla Margarita ■ Kuba
- El Salvador ■ Chile ■ Spojené arabské emiráty

on-line prodej na www.eximtours.cz
call centrum 841 115 115

GRANDHOTEL PUPP



Objevte zimní krásy Karlových Varů

Přijďte zapomenout na pracovní shon a vychutnejte si pobyt
v příjemném prostředí světoznámého hotelu,
v lázeňském městě spolu s Vašimi kolegy, klienty či přáteli

KOMFORTNÍ UBYTOVÁNÍ, RELAX A WELLNESS PROGRAMY ZA SKVĚLÉ CENY

Konkrétní nabídku Vám připraví: **Petra Kozičková - Corporate Sales Manager,**
tel.: +420 353 109 172, e-mail: petra.kozickova@pupp.cz



Komfort, který si zasloužíte ... myslíme na Vás

GRANDHOTEL PUPP Karlovy Vary, a.s., Mírové náměstí 2, 360 91 Karlovy Vary
Tel.: +420 353 109 111 • Fax: +420 353 224 032 • pupp@pupp.cz



Hejtmán Středočeského kraje MUDr. David Rath Vás srdečně zve na koncert

Rybova mše vánoční v chrámu sv. Barbory

v úterý 14. 12. 2010 od 17.00 hod.

Těší se na vás 45 členů orchestru, 70 členů sboru a 4 sólisté ND v Praze a Státní Opery v Praze. Koncert se koná ve spolupráci se základními uměleckými školami zřizovanými Středočeským krajem.

Od 14.00 hodin prodej vánočních výrobků chráněných dílen a vánočního cukroví, dále je pro vás připraven živý betlém, koledy, tradiční vánoční občerstvení.

Po koncertě v 18.30 hodin bude následovat vernisáž výstavy výtvarných děl žáků základních uměleckých škol Středočeského kraje v Galerii Středočeského kraje v Jezuitské koleji.